

Como usar Instagram para empresas



Como usar Instagram para empresas

Haz tu perfil público. Si lo que quieres es llegar a la gente, esta norma es esencial. La mayoría de los usuarios tienen bloqueado la visualización de sus imágenes para guardar la privacidad. Si quieres ganar seguidores, tú no lo hagas.

Cuida la presentación de tu perfil. Tu presentación y primera imagen es lo más importante. Describe en pocas palabras tu filosofía, dedicación y usa emojis para resumir y darle mayor impacto a tus frases.

Sube Imágenes de calidad. Lo más importante es la imagen en Instagram, no subas una imagen de calidad baja o que no vaya a atraer a tus fans. Los filtros hacen que fotos regulares parezcan fotos hechas por un profesional, Te animo a que los pruebes, y eso si, si dudas de la foto, no la subas. CONSEJO: Borra las que no tuvieron éxito. Mejor tener pocas imágenes y buenas, que muchas y malas.

Mejora día a día tu contenido. Día a día, tus fans te pondrán a prueba y deberás aprender con los números de “likes” que te den por cada imagen la calidad de las últimas fotos. Si consigues muchos likes en una foto, ¡insiste con más fotos así!

Añade localización, hastags y descripciones. Para darte a conocer deberás posicionar tu imagen en diferentes lugares para eso deberás añadir hastags y la localización. Eso te hará ser visible para otros instagramer que les pueda interesar tu foto. Y no te olvides de las descripciones, una frase con una descripción más detallada gusta más.

Interactúa con tus fans. Si piensas que un seguidor te sigue de forma gratuita, estás confundido. Si quieres que las personas participen, deberás participar con ellos. Acércate a ellos dándoles un like, mencionándolos en tus comentarios o comentar sus fotos de vez en cuando.

Actualiza tu instagram a diario y si puedes, varias veces al día. Utiliza de verdad Instagram, no te quedes en una imagen cada vez que te acuerdes. Instagram tiene muy en cuenta la actividad del usuario.

Tu contenido debe ser limitado. No puedes subir 2 o más imágenes en un intervalo de tiempo menor a 2 horas. Controla tu entusiasmo y periodifica tus subidas.

Sigue a personas de tu temática o que puedan estar interesadas en ti. Debes rodearte de personas que le interesen tus imágenes y para ello no hay mejor forma que seguir a personas afines a ti o a tus gustos.

No mezcles contenidos. Si te vas al Zoo en tu vida personal, a tus fans no le va a interesar si tu temática es de vinos, por ejemplo. Sin embargo, si tu temática es de animales, será muy indicado exponerlo.

Aplicaciones imprescindibles para usar Instagram

Para saber como usar Instagram no hay que complicarse, no vamos a ser los primeros en aprender a saber hacerlo. Por eso hay varias apps de Instagram que son imprescindibles para un buen uso de la aplicación, ayudarnos y destacar en ella. Un buen gestor de esta red social tiene que tener en cuenta las siguientes aplicaciones:

- Para programar post: Buffer, Hootsuite, Crowfired, Prime, Publish, Latergram.
- Para analizar estadísticas: websta.me, Iconosquare, Metricool.
- Para gestionar y agrupar imágenes: Ink361.
- Para compartir imágenes de otro usuario : Repost. Regram, Insta Repost.
- Para gestionar tus seguidores: Crowfired, websta.me, instafollow, NoApostroph3s.
- Para dividir una fotografía en varias imágenes: Instagrid.
- Para hacer composiciones de fotos: Layout, Pic Stitch. Collage Maker Foto Grid Editor.
- Para incluir textos en imágenes: Wordswag, Over.
- Para retoque de vídeos: Boomerang, Hyperlapse, Lumify.
- Para el retoque especial de imágenes: Prisma, Photo Grid, Afterlight, Snapspeed, VSCO cam, Aviary, Slow Shutter Cam, Bokehful, Tiny Planet, PS Express, PicsArts, Whitagram.



Cómo activar el perfil de empresas en Instagram

Diferencia entre perfil normal y perfil de empresa

Perfil Personal

- El botón para compartir en Facebook publicará los contenidos en tu perfil personal de Facebook o la página que hayas elegido.
- La biografía de tu perfil no tendrá un botón de contacto.
- La biografía de tu perfil NO incluye la categoría del negocio.
- La biografía de tu perfil no incluirá una dirección física clicable, sólo la puedes poner dentro del texto de bio.
- A través de tu perfil normal no podrás acceder a las analíticas de tu cuenta y contenidos.
- Con el perfil normal no podrás promocionar contenidos que ya tienes publicados en tu cuenta. Sólo podrás crear anuncios a través del administrador de anuncios de Instagram.

Perfil de empresa

- El botón para compartir en Facebook publicará tus contenidos en una página de fans, nunca más irá a tu perfil personal.
- La biografía de tu perfil incluirá un botón de contacto.
- La biografía de tu perfil incluirá la categoría de tu negocio (la misma que tienes en tu página de fans). Ejemplo: figura pública.
- La biografía de tu perfil incluirá un enlace con dirección física que será clicable al mapa predeterminado de tus seguidores.
- A través del perfil de empresa tienes acceso a métricas para medir la efectividad de tu gestión y de tus contenidos.
- Con el perfil de empresa podrás promocionar los contenidos con publicidad para llegar a tu audiencia y potenciar tus resultados.

Cómo activar el perfil de empresas en Instagram

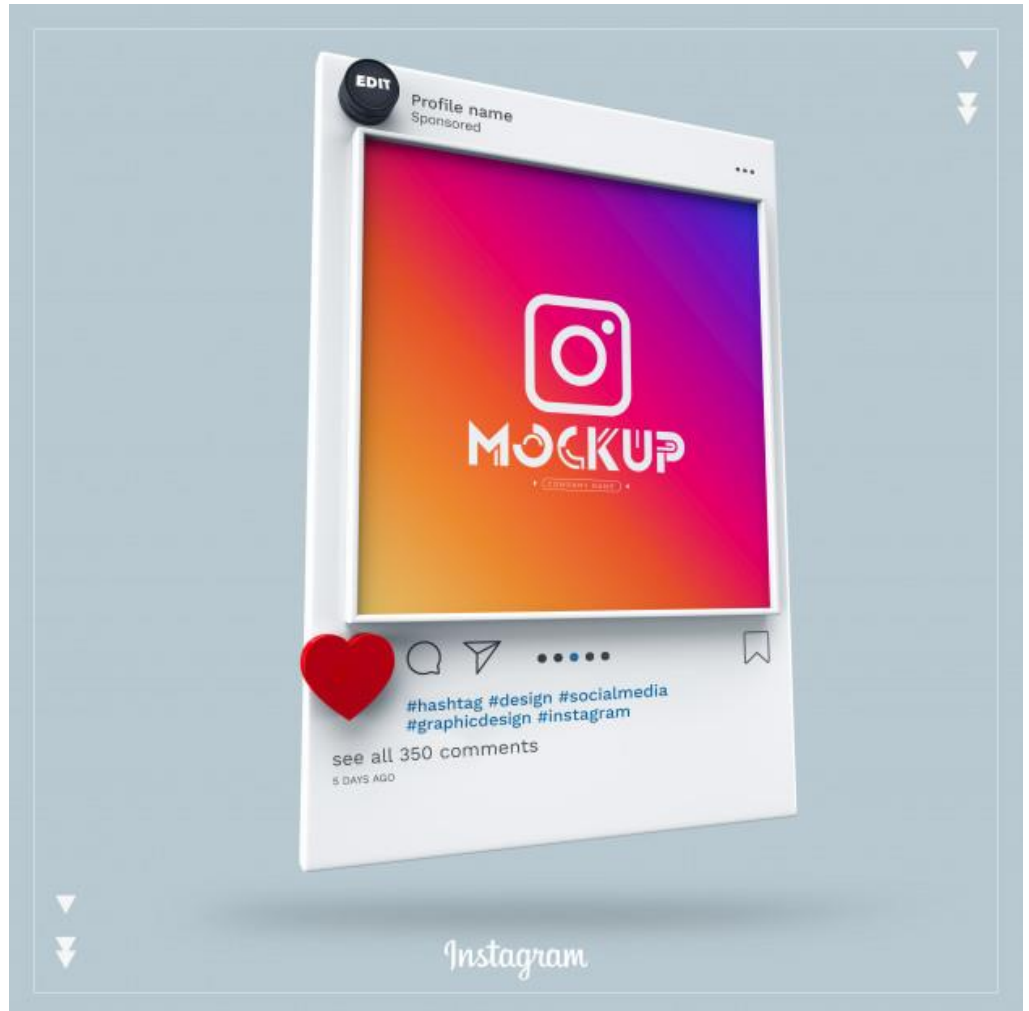
Para algunas cuentas esta opción aparece con un mensaje al entrar en la aplicación, sin embargo muchos de ustedes me han comentado que todavía no les aparece el mensaje de cambiar a cuenta de empresa. Los pasos para activar el nuevo perfil son los siguientes:

Selecciona la cuenta que quieres utilizar para activar el perfil de empresa (esto si tienes múltiples cuentas en Instagram).

Ve a configuración

Selecciona la opción "Switch to Business Profile". Si no te sale esta opción tendrás que actualizar tu aplicación de Instagram e instalar en tu

móvil una aplicación de VPN y poner Estados Unidos como ubicación, de esta forma podrás ver la configuración. OJO: Si lo haces así, es posible que las analíticas dejen de verse cuando desactives el VPN. Haz login con Facebook para conectar tu cuenta de Instagram con una página de fans. Si no tienes una tendrás que crearla. Configura el perfil de empresas con tu correo y dirección tal y como te aparece en los pasos a seguir.



Publicidad en Instagram

Otra de las ventajas del perfil de empresa es que podemos impulsar nuestros contenidos de Instagram para llegar exactamente a nuestra audiencia y aumentar así nuestro alcance y engagement.

Cómo convertir tus contenidos en anuncios

Para impulsar tus contenidos tan sólo tienes que abrir en la aplicación móvil el contenido que quieres impulsar y darle al botón de “Promote”. Una vez que haces clic Instagram te adaptará tu imagen automáticamente a tamaño cuadrado y te pedirá qué quieres que los usuarios hagan con tu anuncio: Si visitar tu web o llamar/visitar tu negocio. Luego tendrás que crear la audiencia de tu anuncio, definir el presupuesto y la duración de tu anuncio. Al momento de segmentar piensa en tu público objetivo, de lo contrario invertirás sin conseguir buenos resultados. Tu anuncio pasará a validación y luego iniciará a funcionar. Si quieres ver más métricas y el rendimiento de tu anuncio puedes ir al administrador de anuncios o volver al contenido que promocionaste.



Las estrategias más efectivas en Instagram

Estrategia de contenidos en Instagram

El contenido lo es todo

No importa si tu marca es más o menos aburrida, por cada marca que existe en el mundo existen distintos contenidos que encajan perfectamente.

Para que tus contenidos funcionen en Instagram tienes que tener en cuenta los siguientes detalles:

- El contenido ha de ser único
- El contenido ha de ser especial
- El contenido que emociona es viral
- El peor contenido es que el no se publica



Las estrategias más efectivas en Instagram

Estrategia de Promoción



Promociona tus productos o servicios a través de imágenes o vídeos atractivos.

¿Cómo hacerlo?

Crea el tipo contenido que nadie podría ignorar, es decir que mínimo harán un "me gusta" o dejarán "un comentario"

Analiza bien qué es lo que quiere tu público y dáselo. Si sabes que quiere una oferta, promociona tus productos a través de una oferta atractiva.

Keep it simple, mientras más fácil mejor.

Las estrategias más efectivas en Instagram



Estrategia Promoción

Promoción de productos

Aprovechar Instagram para promocionar el catálogo de productos de una marca puede ser una buena forma de incentivar a los fans a comprar.



Las estrategias más efectivas en Instagram

Levi's®

ICONOS LEVI'S®

SÓLO VÁLIDO EN
El Corte Inglés

30% DTO*

*Promoción válida desde el 2/10/13 hasta el 6/10/13. No acumulable a otros efectos o promociones de corte. Promoción válida únicamente en productos seleccionados de las líneas Levi's® de El Corte Inglés de España. El 30% de descuento se aplicará en una única compra entregando el cupón. Consultar los detalles de la promoción en el punto de venta o en la web www.levi.es o www.elcorteingles.es.

1000000000000000

Ofrece descuentos exclusivos

Da a conocer las ofertas que tienes. Pero ojo con la tipografía que no sea muy pequeña, que luego no es leíble.

Llega la Movistar Fashion Tweet.

¿Quieres ser nuestro blogger oficial?

movistar_es

Hace 1 mes

Seguir

ESPECIAL MERCEDES BENZ FASHION WEEK MADRID 2013. ¿Quieres convertirte en el enviado especial al mayor evento de moda de Madrid? Participa en nuestro concurso para contar a pie de pasarela lo que allí ocurra. Entérate de todo lo que hemos preparado en vivo. movistar.es

Estrategia de Behind the Scene Behind The Scene



Sé transparente con tus fans y muéstrale que pasa detrás de las "cámaras" tu marca.

¿Cómo hacerlo?

- Comparte una imagen o vídeo explicativo con los pasos para crear uno de tus productos o servicios.
- Comparte algún contenido que sirva para desvelar lo que próximamente vas a lanzar. Te servirá de expectativa.
- Crear un collage con varias imágenes de cómo se fabrica uno de tus productos o servicios.

VÍDEO - @katerspadny



ENLACE DE INSTAGRAM

<http://instagram.com/p/d6-tlrAeL1/>

Behind The Scene

Un Behind the Scene que muestra como fuera organizando un evento. Ideal para crear expectativa.

Estrategia Behind The Scene

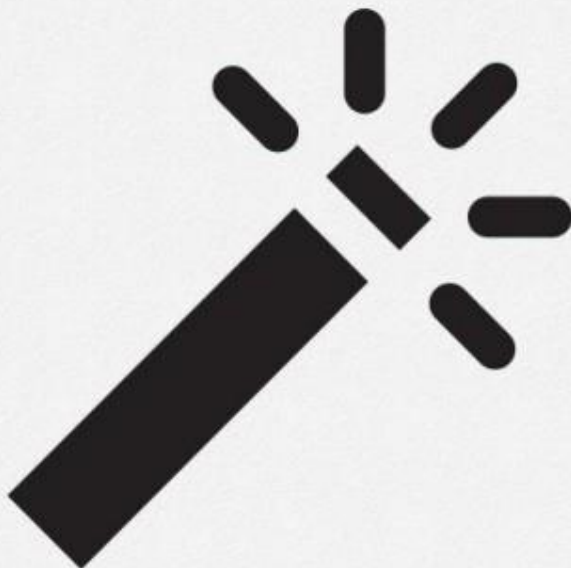
VÍDEO - @katerspadny



ENLACE DE INSTAGRAM

<http://instagram.com/p/cNX2zVAeOd/>

Estrategia de tutoriales DIY / Tutoriales



Cada vez son más las marcas y personas que se suman a la moda de DIY (**Do it yourself**) y comparten con su comunidad tutoriales de cómo hacer cosas fácilmente desde casa.

¿Cómo hacerlo?

- Compartir mola, así que aprovecha Instagram para compartir un tutorial que le sirva a tus fans. La marca Philadelphia en Facebook comparte DIY para hacer con los envases de su producto.
- Con un collage de varias imágenes puedes explicar fácilmente como hacer algo en un par de pasos. ¡Hazlo con tu marca!

Hazlo tu mismo

VÍDEO - @npr



ENLACE DE INSTAGRAM

<http://instagram.com/p/bT2BGwxkLu/>

Un tutorial fácil en vídeo

Me han encantado los vídeos en pocos segundos puedes ver cómo hacer alguna receta de cocina fácil. Así podemos ver el puente

Estrategia DIY / Tutoriales

VÍDEO - @npr



ENLACE DE INSTAGRAM

<http://instagram.com/p/bT2BGwxkLu/>

Estrategia de concursos

Concursos y sorteos



Instagram es la única de las redes sociales grandes que todavía no tiene definida unas políticas para realizar concursos. Así que aprovecha que no hay limitaciones para diseñar una mecánica buena para tus fans.

¿Cómo hacerlo?

Investiga cuales son tus productos más demandados y haz un concurso a través de Instagram para premiar a tus fans. No olvides que mientras más sencilla sea la mecánica más fácil será para tus fans. Pero tampoco lo hagas muy fácil, que todo en esta vida tiene un precio ;)

Estrategia de frases



Compartir es sabiduría y compartir frases célebres es sinónimo de engagement y viralidad. A todos les encantan las frases que motivan o sacan sonrisas. Así que si eres una marca puedes crear o identificar a frases relacionados a tu temática para compartirlas en formato visual en tu cuenta de Instagram.

¿Cómo hacerlo?

Para crear este contenido tienes dos opciones, hacerlo a través del diseñador de tu marca o haciendo uso de herramientas como Notegraphy.

Estrategia Be Personal



Si la marca que es una persona, como es común en el caso de las celebridades, de vez en cuando estaría genial mostrar un lado personal.

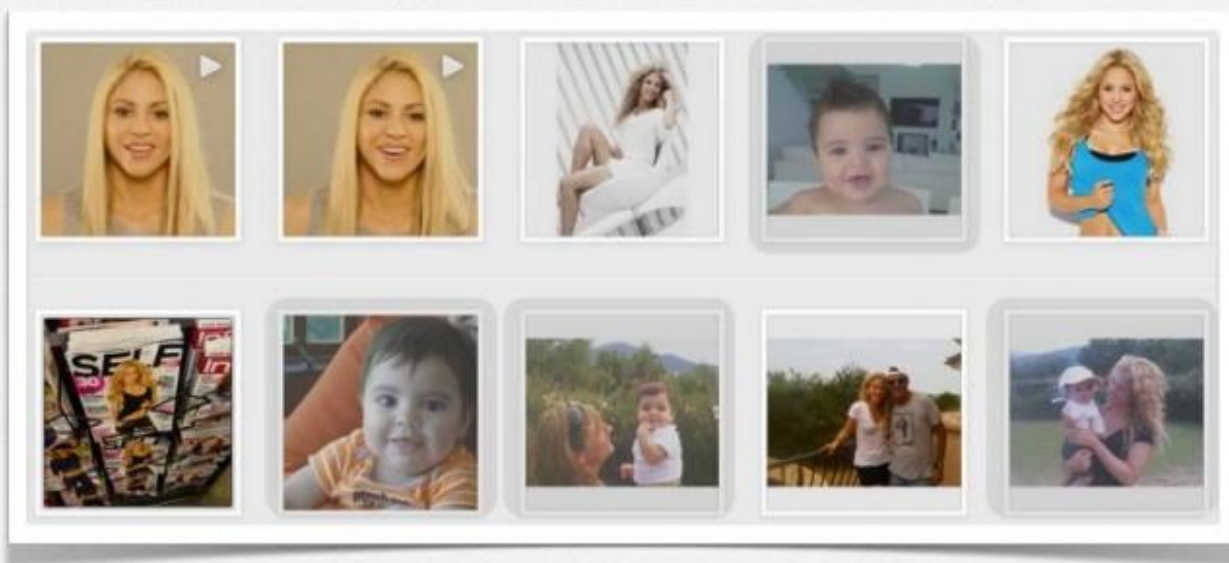
¿Cómo hacerlo?

Compartiendo imágenes y vídeos del día a día de la celebridad, aquí algunos ejemplos:

- Fotos de los hijos
- Fotos de la familia
- Fotos de la casa
- Fotos de las vacaciones
- Fotos de las mascotas

y así sucesivamente, en las próximas páginas algunos ejemplos

Estrategia Be Personal



En el caso de la artista reconocida Shakira, ella además de sus publicaciones de promoción comparte imágenes de ella en sus momentos personales y las de su hijo.

Estrategia Agradecimientos



Las cosas buenas siempre hay que reconocerlas y mejor aún compartirlas. Por eso es importante ser agradecido con nuestra comunidad y demostrárselo.

¿Cómo hacerlo?

Muestra a tus seguidores que te importan y agradece que te sigan o interactuen con tus publicaciones.

Estrategia agradecimiento



mrwonderful_

Un millón de gracias por la grannnnnn acogida que está teniendo la agenda ¡Sois la cañaaaaaaa! Gracias por vuestra paciencia a los que os ha costado entrar y a los que os habéis quedado despiertos. En breve vamos a tener que quitarlas de stock unos días por nuestra capacidad para servir como Dios manda... pero volverán en un santiamén a la shop. Recordad que a partir de hoy lunes la agenda estará disponible en muchos de nuestros puntos de venta. Los podéis consultar aquí <http://www.mrwonderfulshop.es/es/puntos-de-venta>

Estrategia Be Cool



De vez en cuando hay que variar la rutina y hacer cosas divertidas que hagan a las marcas conectar con sus seguidores de forma divertida.

¿Cómo hacerlo?

- Aprovechando las modas: MEME, Keep calm para compartir mensajes de las marcas
- Aprovechando los nuevos lanzamientos para hacer cosas jocosas: caso Honda con videos, está en la siguiente página.

Estrategia Be Cool



Crear MEMES personalizados.



Estrategia Cultural



No siempre se vende la moto, de vez en cuando hay que celebrar con los seguidores las fechas especiales y en otros momentos también hay que compartir un poco de sabiduría y cultura general.

Nunca está demás compartir conocimientos e intercambiar opiniones ;)

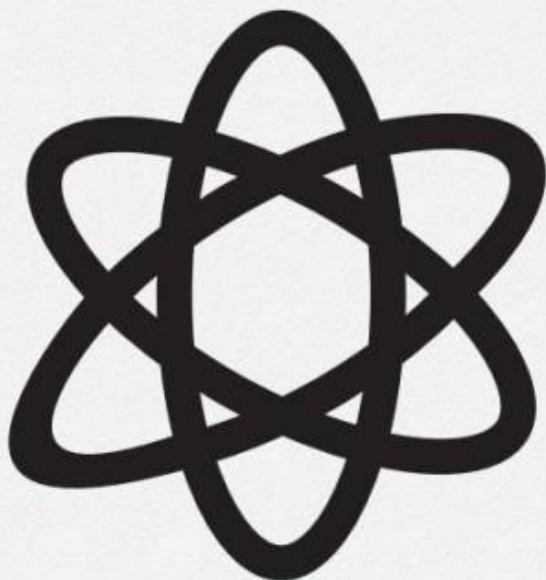
¿Cómo hacerlo?

Haciendo un listado de las fechas especiales que puedan estar relacionadas a la marca y extraer datos curiosos y culturales de la vida siempre y cuando estén también enfocados a la marca. Aunque tampoco pasa nada que de vez en cuando sea algo genérico, pero a largo plazo es mejor apostar por cosas relacionadas.

Estrategia Cultural



Estrategia Campañas



Las marcas no están en RRSS para tener presencia, en la mayoría de ocasiones los canales online son la forma perfecta de hacer más eco de sus campañas.

Las campañas se pueden perfectamente integrar en redes sociales, es una buena forma de llevar tráfico on al off y viceversa.

¿Cómo hacerlo?

A raíz de una campaña se puede ir generando distintas piezas adaptadas y optimizadas según los distintos canales online. Por ejemplo, tienes una campaña de navidad en vallas y radio y creas piezas digitales que ayuden a promocionar tu campaña. A continuación más ejemplos.

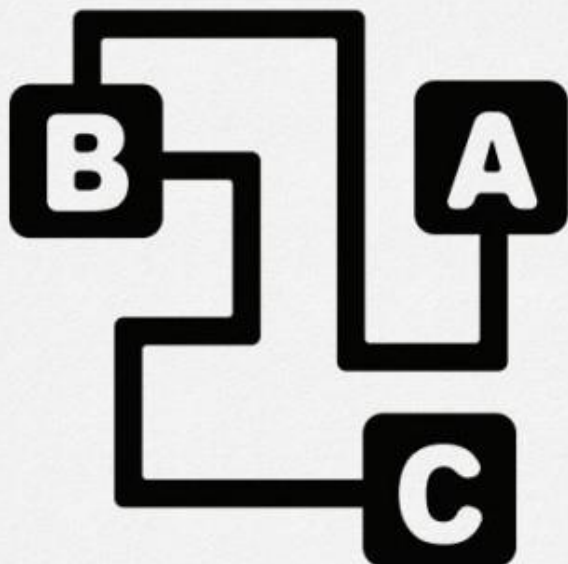
Estrategia campañas

Diciembre 2012



Con motivo de las navidades Coca-Cola lanzó una campaña para hacer divertir a sus seguidores de Instagram.

Estrategia Involucrar a los fans



Las comunidades están creadas para compartir y permitir a todos que sean participes.

¿Cómo hacerlo?

Cuándo necesites su apoyo tan solo tendrás que pedirlo, si tienes una comunidad no una cantidad X de seguidores ellos responderán positivamente.

Hazle participes de tus futuras decisiones, que ellos puedan tener voto, por ejemplo: déjales que seleccionen el próximo título de tu single, que digan la fecha del lanzamiento de tu próximo producto.

Estrategia Involucrar a los fans



Si necesitas algo tan solo tendrás que pedirlo.

