

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

**Este ebook ha sido elaborado por el equipo de InboundCycle**

En **InboundCycle** somos la primera agencia de inbound marketing fundada en España y Latinoamérica. Llevamos desde 2011 en el mercado, siendo la única agencia dedicada al inbound marketing durante los dos primeros años.

Somos Diamond Partners de HubSpot, los primeros en conseguirlo fuera de los Estados Unidos, lo que nos sitúa en el TOP 10 del mundo. También fuimos los primeros Platinum (octubre 2014), Gold (junio de 2013) y Silver Partners de HubSpot en España y Latinoamérica.

Una de nuestras principales motivaciones son nuestros clientes. Trabajamos en proyectos B2B y B2C, de distintos sectores, como gran consumo, educación, hotelería y restauración, servicios profesionales, software / SAAs, industrial, marketing y comunicación, banca, seguros y salud.

## Índice

1. Introducción
2. ¿Merece la pena crear un perfil de empresa en Instagram?
3. Radiografía de los usuarios y pautas para encontrar el target
4. Cómo ganar seguidores y optimizar el uso de hashtags
5. Buenas prácticas y tipo de publicaciones que mejor funcionan
6. Instagram como medio para captar talento: el caso de @InboundCycle
7. Instagram Ads: las claves para sacarle partido
8. Herramientas para gestionar y programar en Instagram
9. Estadísticas de Instagram: ¿Cómo saber si alcanzo objetivos?

**INBOUNDCYCLE**

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

Si algo no se puede poner en duda es la popularidad de Instagram entre el público. Sobre todo en el público joven, que ha optado por Instagram como una de sus principales redes sociales a la hora de mostrar su vida personal.

Pero, aunque hay sectores que van muy alineados con la filosofía de Instagram (como la cocina o la fotografía), en el mundo profesional todavía cuesta apostar por esta herramienta. Esto se debe, sobre todo, al uso tan personal que se hace de Instagram, por lo que no se acaba de ver de qué forma podría encajar su uso dentro de una estrategia de marketing online.



En esta guía queremos dar algunas pistas sobre cómo se puede utilizar una cuenta de Instagram para conseguir tus objetivos empresariales.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 2: ¿MERECE LA PENA CREAR UN PERFIL DE EMPRESA EN INSTAGRAM?

Como podrás imaginar, este ebook tiene como finalidad demostrar que sí merece la pena abrir un perfil en Instagram para tu empresa. Y más ahora que tenemos la opción de cambiar el habitual perfil por una página de empresa, en la que tendremos un botón de contactar o estadísticas, entre otras utilidades.

Instagram ha superado en 2016 la cifra de 400 millones de usuarios, y más del 60% se conectan a diario. Esto equivale a que el 30% de los usuarios que utilizan Internet ya están en Instagram.

Se han compartido más de 40 billones de fotografías, con una media de 80 millones de fotos diarias que suman 3,5 billones de 'Me gusta' también diarios. Y no sólo eso, sino que la tendencia es creciente: la participación media por cada post ha aumentado un 416% en dos años.

Además, casi el 49% de las marcas ya está en Instagram, y está demostrado que casi el 50% de los usuarios de Instagram revisa productos en redes sociales antes de comprarlos. En cuanto a engagement, en Instagram la interacción con las marcas es 10 veces más que en Facebook, 54 más que Pinterest y 84 más que Twitter.

Es importante remarcar que, debido sobre todo a que Facebook la compró en 2012, ahora podemos hacer publicidad en Instagram. Esto puede ayudarnos mucho a ganar visibilidad entre el público afín a nuestra marca.

Puedes ver que Instagram tiene un potencial increíble para ayudar a la estrategia de marketing online de tu empresa. En [este post](#) puedes leer más al respecto.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 3: RADIOGRAFÍA DE LOS USUARIOS

Instagram tiene un target muy concreto, donde el 90% de los más de 400 millones de usuarios son menores de 35 años. Es un público bastante fiel, ya que el 60% de los usuarios se conectan a diario, como decíamos en el apartado anterior.



Los usuarios de Instagram están muy acostumbrados a utilizar Internet como parte de su proceso de decisión de compra, y hay datos de que casi el 50% revisa los productos en redes sociales antes de comprarlos. Además, más de un tercio de los usuarios de Instagram han utilizado el móvil para hacer una compra online.

El 32% de los adolescentes de Estados Unidos opina que Instagram es la red social más importante para ellos, por encima de otras como Facebook o Twitter. Por otro lado, el 50% de los usuarios sigue a marcas en Instagram, cifra más alta que en otras redes sociales.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 4: CÓMO GANAR SEGUIDORES EN TU CUENTA DE INSTAGRAM

Al empezar de cero en Instagram puede costarte un poco coger tracción. Los seguidores y los likes no vienen solos, así que al principio hay que salir a buscarlos. **Hay varias formas de anunciar tu presencia en Instagram:**

- Cuéntalo en tus otras redes sociales: si tu negocio tiene presencia en otras plataformas, anuncia en ellas que estás en Instagram y anima a tus usuarios a seguirte.
- Comparte tus publicaciones de Instagram: cuando pongas un nuevo post en Instagram, publícalo también en tus otras redes sociales. Puedes hacerlo directamente desde Instagram o a través de alguna otra herramienta.
- Incluye el enlace a Instagram en tu web: si tu web tiene iconos sociales (siempre debería tenerlos), incluye también el de Instagram. Lo mismo con tus emails.
- Haz una campaña de PPC en Instagram: puedes hacer una campaña pagada que aparezca a los seguidores de tu página de Facebook que también estén en Instagram, por ejemplo. O hacerla por intereses, hay varias opciones.
- Organiza algún tipo de concurso: las mecánicas promocionales siempre funcionan bien a la hora de atraer público, pero ten cuidado y haz una campaña en la que los usuarios estén alineados con tu marca. Si no, sólo atraerás a concurseros, que luego no te servirán de nada.
- Sigue a usuarios relevantes o a tu público objetivo: busca a usuarios relacionados con tu actividad y síguelos, muchos de ellos te devolverán el follow.
- Usa hashtags: encuentra los hashtags más relevantes de tu sector o para tu público y úsalos. Puedes usar entre 5 y 10 hashtags por post sin problema, o incluso añadir alguno más en un comentario.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 5: BUENAS PRÁCTICAS Y TIPO DE PUBLICACIONES QUE MEJOR FUNCIONAN



Aunque no hay una ciencia exacta que diga cómo postear en Instagram de forma que alcances un éxito seguro, sí que hay unas **buenas prácticas que podemos seguir a la hora de publicar**:

- Cuida bien tu nombre de usuario y tu foto de perfil: intenta tener un @usuario reconocible y que sea fácil de recordar. Lo mejor es apostar por el nombre de tu marca, sin más, sin añadidos como “oficial” si no es necesario. Tu foto de perfil debería de ser el logo de tu empresa.
- Escribe una buena biografía: la descripción de tu perfil es muy importante, ya que será lo primero que vean los usuarios que vayan a decidir si seguirte o no. Utiliza una descripción ingeniosa, y añade algún icono para hacerla más visual. [Aquí puedes leer más](#) acerca de cómo redactar una biografía impresionante en tu Instagram.
- Cambia tu perfil a una cuenta de empresa: ahora Instagram te permite hacer este cambio en la configuración. Así, tendrás opciones como un botón de contacto, promoción de publicaciones directamente desde la herramienta, estadísticas, etc. Además, también podrás vincular tu perfil de empresa con tu fanpage de Facebook y así compartir las fotografías de Instagram en tu página de Facebook (y no en tu perfil personal, como ocurría hasta ahora). [Aquí tienes más información](#) sobre los perfiles de empresa.
- Añade la URL de tu web en la descripción: ya que no se pueden incluir URLs en los posts de Instagram, aprovecha la oportunidad que te deja la biografía.
- Geolocaliza tus publicaciones: al hacerlo harás que tus fotos aparezcan cuando una persona busque ese lugar. Además, las publicaciones geolocalizadas suelen tener más engagement.
- Los hashtags también pueden ayudarte a ganar visibilidad y, por tanto, seguidores: está demostrado que las fotografías que incluyen al menos algún hashtag tienen más interacción que las que no lo hacen. Herramientas como Keyhole pueden ayudarte a buscar hashtags relevantes para tu sector y te da estadísticas de uso.
- Interactúa con los usuarios: comenta fotos de tus seguidores (sin que parezca raro) y responde a todo lo que te comenten.
- Busca las mejores horas para publicar: hay herramientas que te dan pistas sobre la mejor hora para publicar en Instagram, pero si tienes un perfil de empresa ya te dará datos la misma aplicación sobre a qué hora se conectan más tus seguidores.

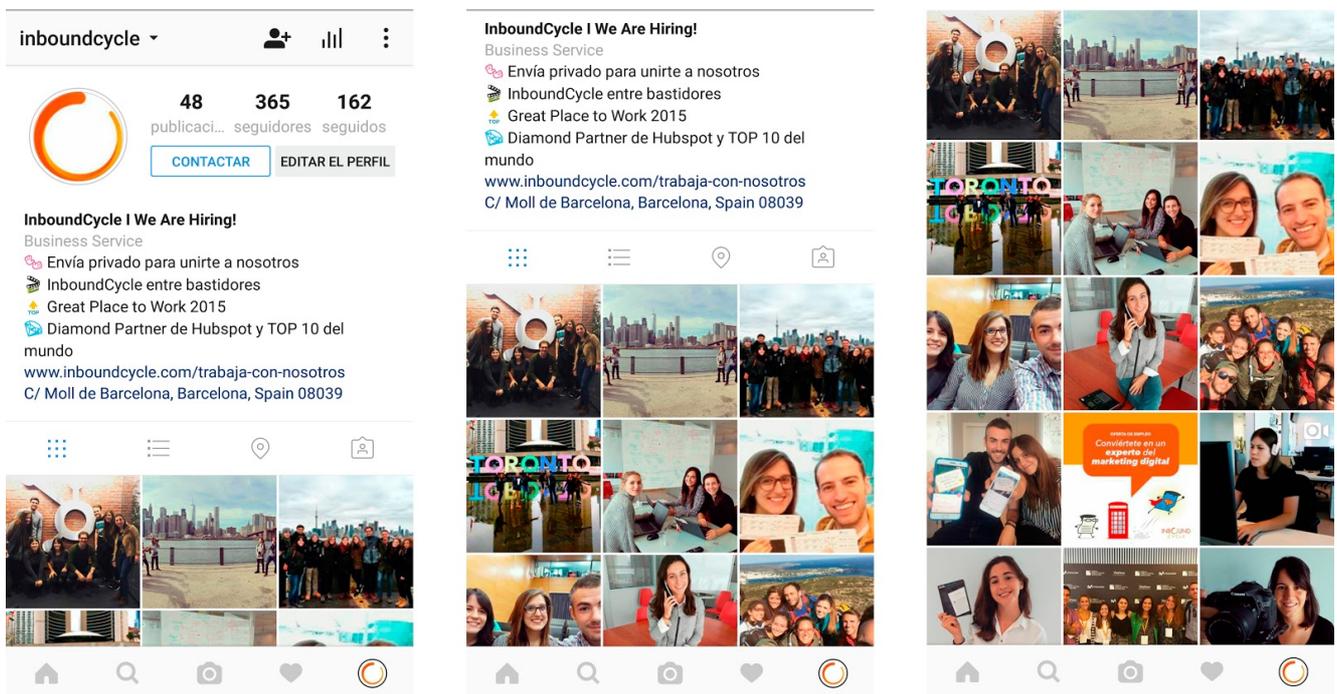
# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

Es muy importante que publiques contenido interesante para tu público: dependiendo del objetivo que quieras conseguir con tu cuenta de Instagram deberás publicar un tipo de contenido u otro.

Pero siempre ten en cuenta lo que tu público quiere ver, no lo que tú quieres enseñar. Igual no le interesa una foto profesional de tu producto, sino una foto del proceso que has seguido para fabricarlo (por ejemplo). Instagram tiene una filosofía diferente a otras redes sociales, y aquí funciona muy bien el mostrar las cosas desde dentro.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 6: INSTAGRAM COMO MEDIO PARA CAPTAR TALENTO - EL CASO DE @INBOUNDCYCLE



Uno de los usos que funcionan muy bien en Instagram es el de utilizarlo como herramienta para captar talento. En el caso de InboundCycle, donde vendemos servicios a otras empresas, seguir una estrategia de marketing online destinada a conversión o venta era complicado. Por eso al final decidimos a abrir [nuestra propia cuenta de Instagram](#) con fines de recursos humanos.

¿Cómo? ¡Enseñando cómo es la vida en InboundCycle! Lo cierto es que la filosofía que seguimos como empresa permite tener un equipo muy dinámico, motivado y que realiza multitud de actividades. Por eso creíamos que enseñando cómo es trabajar aquí ganaríamos puntos de cara a posibles candidatos.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS



Para ello, decidimos establecer **varias tipologías de posts**:

- **#LifeAtInboundCycle**: con este hashtag intentamos mostrar el día a día de nuestra oficina. Las reuniones, los desayunos, los cumpleaños, etc.
- **#HappyIC**: es parecido a lo anterior, pero no hace falta que sea dentro de la oficina. Por ejemplo, cuando hemos hecho alguna actividad como escalada, volei-playa, viajes, etc.
- **#TalentoIC**: cada semana presentamos de forma original a un miembro del equipo con una foto/boomerang que le representa.
- **#FilosofiaIC**: InboundCycle se basa en una serie de valores que queremos reflejar en nuestra cuenta de Instagram. Por eso, de vez en cuando subimos alguna frase relacionada con esos valores o una reflexión.

Con esto tratamos de que nuestro "candidate persona" se interese por trabajar con nosotros no sólo por las condiciones laborales, sino por el ambiente y los valores que va a encontrar en nuestro equipo.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 7: INSTAGRAM ADS: LAS CLAVES PARA SACARLE PARTIDO

La compra de Instagram por parte de Facebook vino de la mano de la publicidad en esta red social. Estos anuncios pueden crearse desde la sección de publicidad de Facebook, o si has activado tu perfil de empresa en Instagram también podrás promocionar tus publicaciones sin salir de la aplicación.

Te dejamos algunos **consejos para crear tus anuncios de Instagram**:

- No promociones cualquier publicación, sigue una estrategia: al igual que en Facebook (o que en cualquier fase de tu plan de marketing online) no puedes hacer las cosas porque sí, sino que tienes que estudiar bien tus objetivos y las acciones que vas a llevar a cabo para conseguirlos.
- Segmenta bien la audiencia de tus anuncios: Instagram permite tanta personalización como Facebook a la hora de crear las campañas, aprovéchalo.
- No hagas un anuncio directo de tus servicios: lo mejor es seguir una metodología inbound y ofrecer contenido que pueda resultar útil e interesante a ese público al que vas a llegar con tu anuncio.
- Incluye un hashtag: aunque sea publicidad, incluye un hashtag en alguna palabra clave que quieras destacar y así quedará un texto más visual y natural.
- Utiliza varias fotografías o un vídeo: Instagram te permite incluir varias imágenes que se pueden pasar de un lado a otro deslizando con el dedo, y añadir un enlace en ellas. También puedes usar un vídeo que se reproducirá de forma automática.
- Etiqueta los enlaces: así podrás saber qué visitas o leads vienen desde tus campañas de Instagram.

Es muy importante que midas todo lo que haces y vayas optimizando tus anuncios en función de los resultados conseguidos. Puedes hacer varios test A/B colocando diferentes formatos de anuncio en un mismo conjunto y ver el que mejor funciona con el tiempo, y así desactivar los demás.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 8: 5 HERRAMIENTAS PARA OPTIMIZAR Y PROGRAMAR EN INSTAGRAM

Instagram tiene muchísimas herramientas que optimizan o automatizan su uso, y que no son muy conocidas. Te dejamos una selección de **5 herramientas que nos encantan**:

- **Hootsuite**: esta aplicación te permite subir imágenes y programarlas desde tu ordenador. Le dices a qué hora quieres que se publique y lo que hace es enviar una notificación a tu móvil cuando llegue el momento, con la imagen y el texto. No sólo sirve para Instagram, sino también para otras muchas otras redes sociales.
- **Chronogram**: tiene un funcionamiento muy parecido a la anterior.
- **Snapseed**: es un editor fotográfico magnífico. Sube tu foto a la herramienta y tendrás multitud de opciones para mejorar el color, la luz (incluso de zonas concretas de la foto), darle efectos, marcos, etc.
- **VSCO**: es otra herramienta que mejora las fotografías antes de subirlas a Instagram, y tiene sus propios filtros.
- **Prisma**: esta aplicación tiene muchísimos filtros originales que le darán un toque muy distinto a tus fotografías.

# INSTAGRAM PARA EMPRESAS

## CAPÍTULO 9: ESTADÍSTICAS DE INSTAGRAM: ¿CÓMO SABER SI ALCANZO OBJETIVOS?

Para ir a las estadísticas, debes acceder a tu perfil de empresa y pinchar en el icono superior de unas barras al estilo de una gráfica. Allí podrás ver **varias estadísticas**:

- Impresiones semanales (comparadas con la semana anterior)
- Personas alcanzadas semanales (comparadas con la semana anterior)
- Visitas al perfil semanales (comparadas con la semana anterior)
- Clics hacia la web semanales (comparadas con la semana anterior)
- Publicaciones más destacadas
- A qué hora se conectan tus seguidores, y si haces click en 'Ver más' verás datos de localización y días de la semana

Además, dentro de cada publicación tienes una opción de **'Ver estadísticas'** que te dice los datos de ese **post en concreto**:

- Impresiones
- Alcance
- Interacción

**Hasta aquí el contenido del ebook, ¡esperamos que tengáis mucha suerte en vuestra insta-andadura!**

### Fuentes de datos de la situación de Instagram actual:

<https://www.brandwatch.com/es/2016/05/37-estadisticas-de-instagram-2016/>

<http://thesocialmediafamily.com/estadisticas-de-uso-de-instagram-y-tambien-en-espana/>