



Bienvenidos a EN VIVO





José Luis Ortiz
CSM LatAm | HubSpot



Diana Cardoso
CSM LatAm | HubSpot



TEMA DE HOY

Instagram Marketing



AGENDA

1. Por qué estar en Instagram
2. Cómo usar Instagram en tu empresa
3. Cómo optimizar tu perfil de Instagram
4. Entendiendo el algoritmo de Instagram
5. Qué es Instagram Insights y para qué sirve
6. Cómo aumentar tus seguidores en Instagram
7. Q&A



QUÉ APRENDERÁS HOY

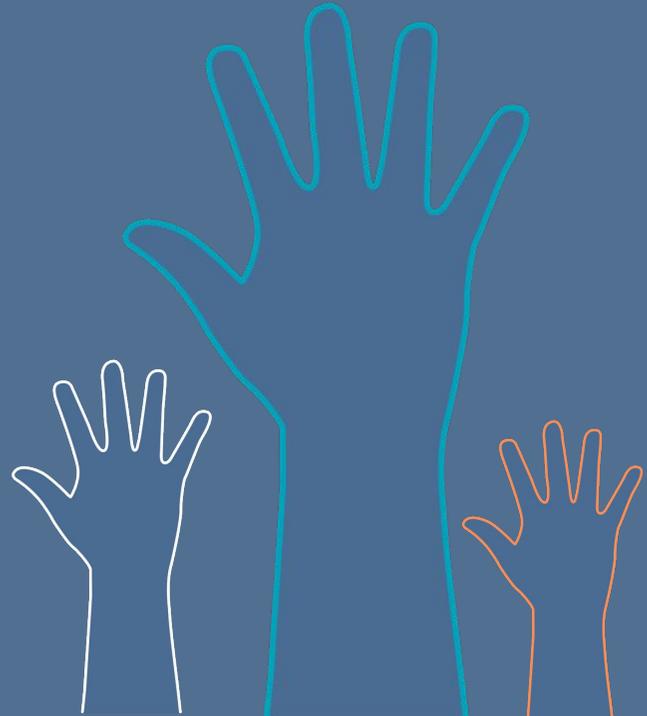
1. Por qué el Instagram Marketing puede beneficiar nuestro negocio
2. Cómo desarrollar una estrategia efectiva de Instagram Marketing para tu empresa
3. Entender cómo usar Instagram para marketing
4. Cómo analizar métricas y resultados obtenidos en Instagram



Ingresa tus preguntas
en la herramienta de

Q&A

de Zoom.





#1

Por qué estar en Instagram



El *engagement* de Instagram es más alto

10x

Más que
Facebook

54x

Más que
Pinterest

84x

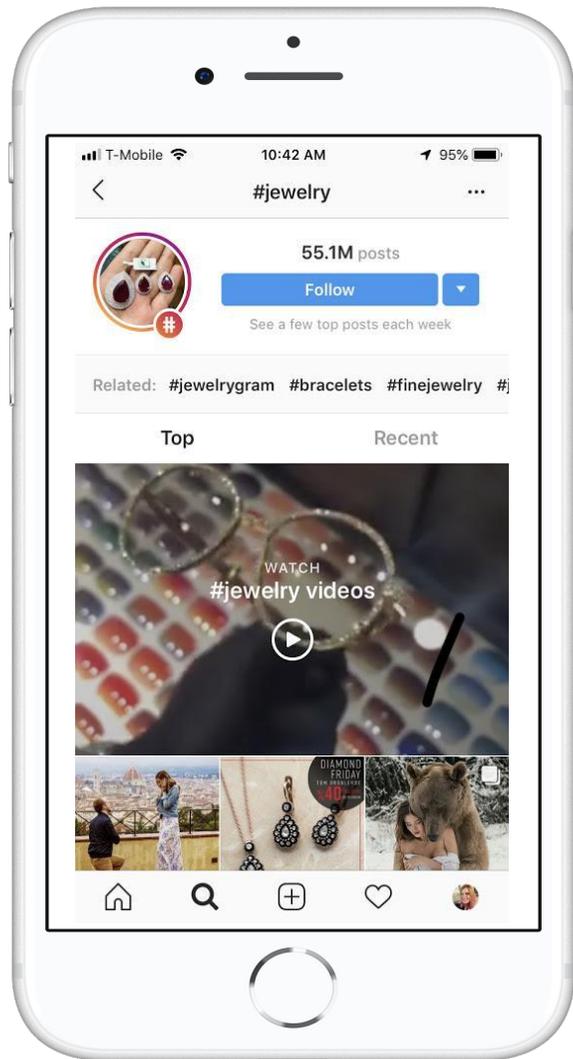
Más que
Twitter

¿Tus competidores están utilizando instagram?



¿Tus clientes y tu audiencia están utilizando Instagram?





Monitorea eventos populares y hashtags que estén relacionados con tu negocio



Audiencia de Instagram

- **68%** de los usuarios de Instagram son mujeres.
- **80%** de los usuarios de Instagram vienen de afuera de Estados Unidos.
- **6 de cada 10** adultos que están online tienen cuenta de Instagram.
- **59%** de los usuarios en internet entre las edades de 18 y 29 utilizan Instagram, y **33%** de los usuarios en internet entre las edades de 30 y 49 utilizan Instagram.



#2

Cómo usar Instagram en tu empresa





¿Cómo es la
experiencia móvil
de tus
consumidores?



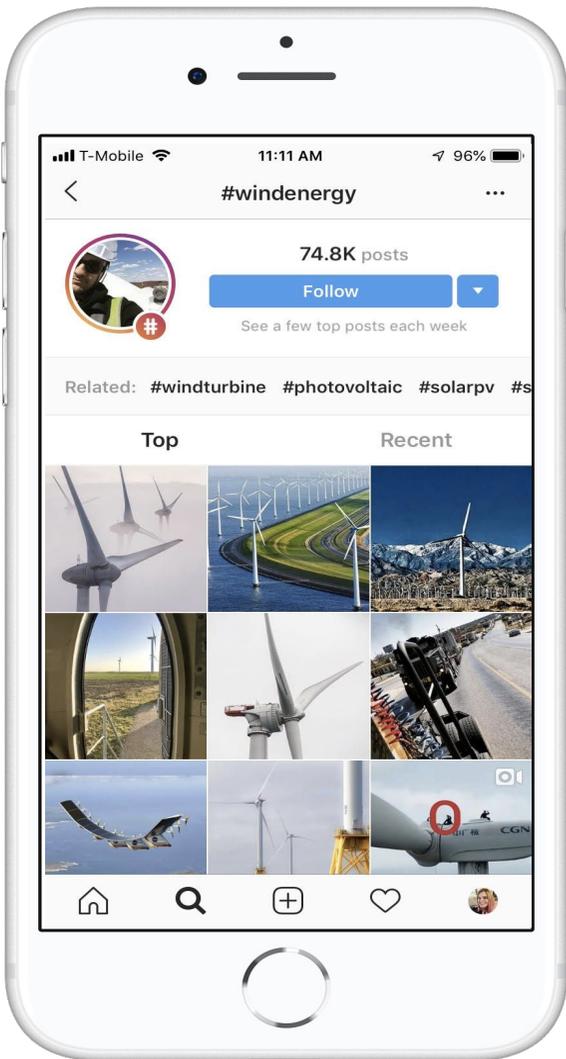
¿Las metas de tu negocio están alineadas con tus metas en Instagram?

La mejor forma de utilizar Instagram para tu negocio:

- Reconocimiento de marca
- Deleitar a tus clientes
- Fidelización de clientes y retención
- Atraer nuevos prospectos
- Generar ventas (compañías B2C)
- Anuncios



Los Click Throughs en Instagram son limitados.



Haz un análisis competitivo



¿A cuáles KPIs quieres hacerles seguimiento?



Instagram puede ser una de las plataformas de más alto desempeño en tu arsenal de marketing.

Cuando desarrolles tu plan:

No
Compres
Seguidores

Cuando desarrolles tu plan:

No
Compres
Seguidores

Provee algo
más que fotos
bonitas

Cuando desarrolles tu plan:

No
Compres
Seguidores

Provee algo
más que fotos
bonitas

Sé
consistente.



#3

Cómo optimizar tu perfil de Instagram

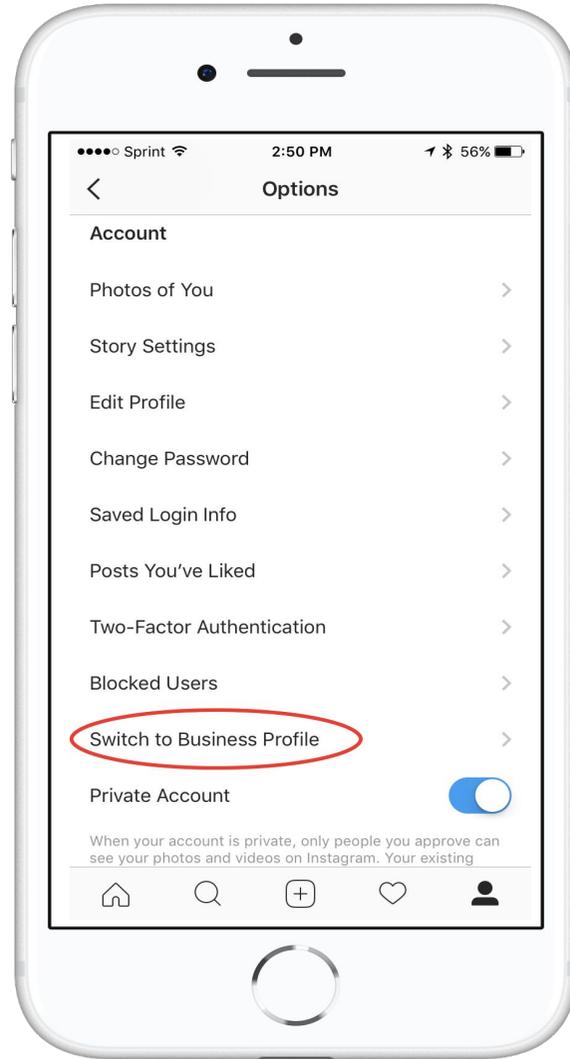
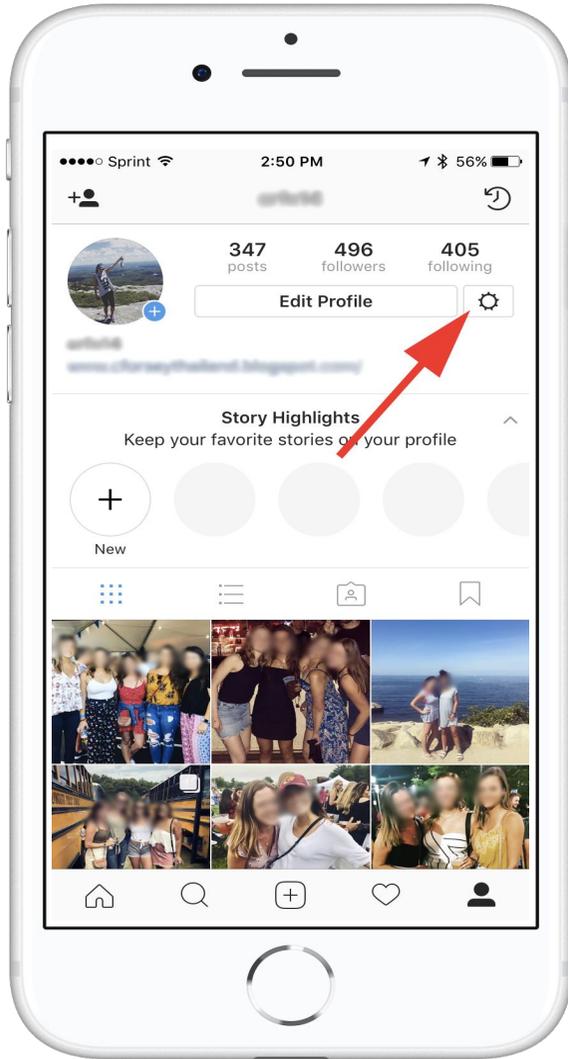




Asegúrate que tu cuenta esté conectada a un correo de tu negocio.

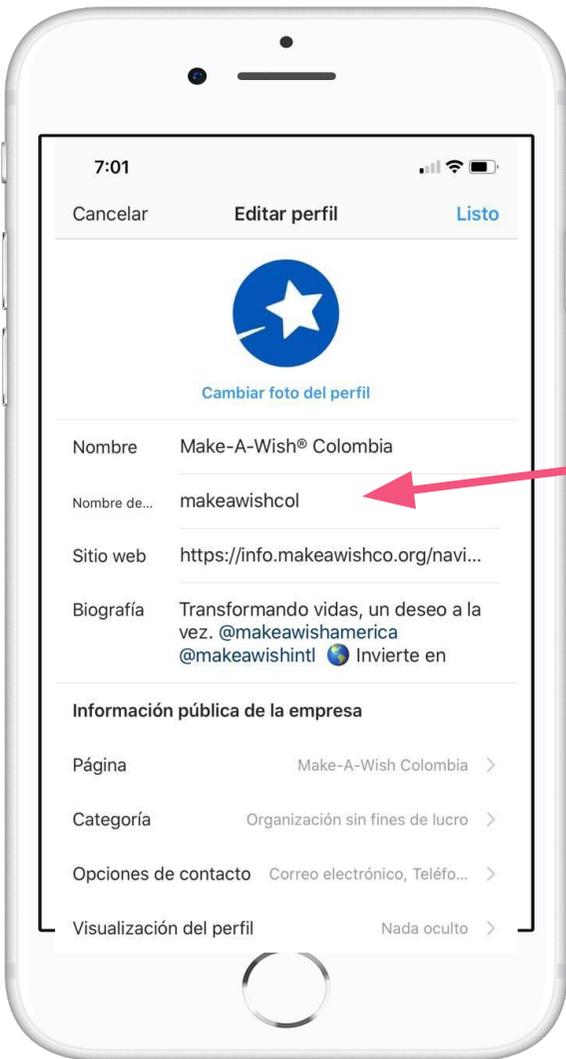


Cambia tu tipo de cuenta a profesional para negocio.

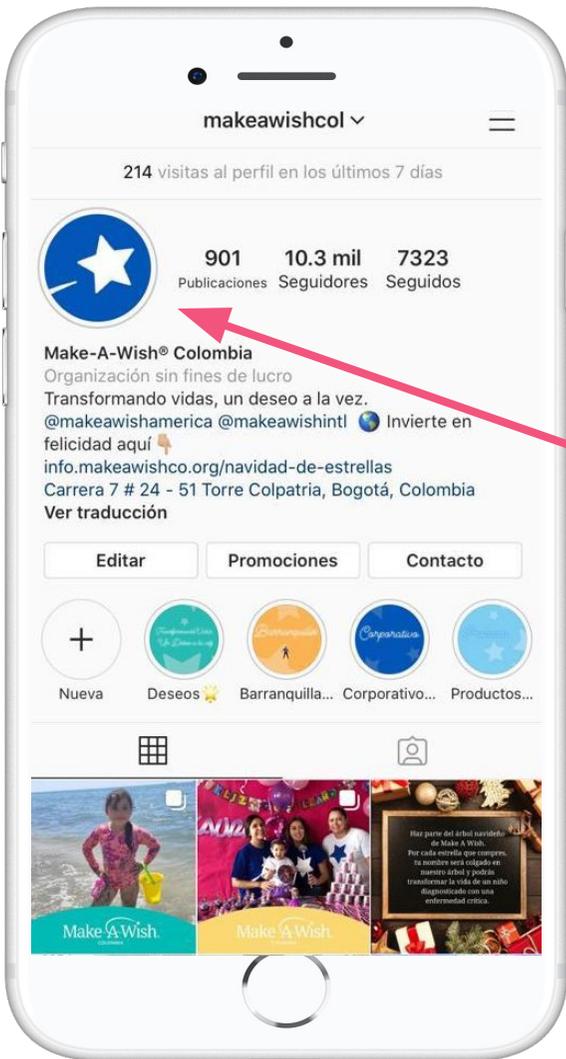


Un perfil de negocio te da acceso a:

- Estadísticas (*Insights*) de Instagram.
- Campos adicionales de contacto en tu bio.
- La habilidad de impulsar tus publicaciones con anuncios pagos.
- La habilidad de incluir links en tus historias (si tienes 10,000 seguidores o más).



Puedes cambiar fácilmente tu nombre de usuario en las configuraciones.



Tu foto de perfil será una de las primeras cosas que las personas verán.

110px
x
110px

Es el tamaño mínimo que debe tener tu foto de perfil, un cuadrado perfecto. Mantente debajo de 200 x 200 para que los usuarios no vean tu foto borrosa o estirada.

150 caracteres

Las bios de Instagram tienen un límite de 150 caracteres, así que debes ser directo y conciso.

< **makeawishcol** ...



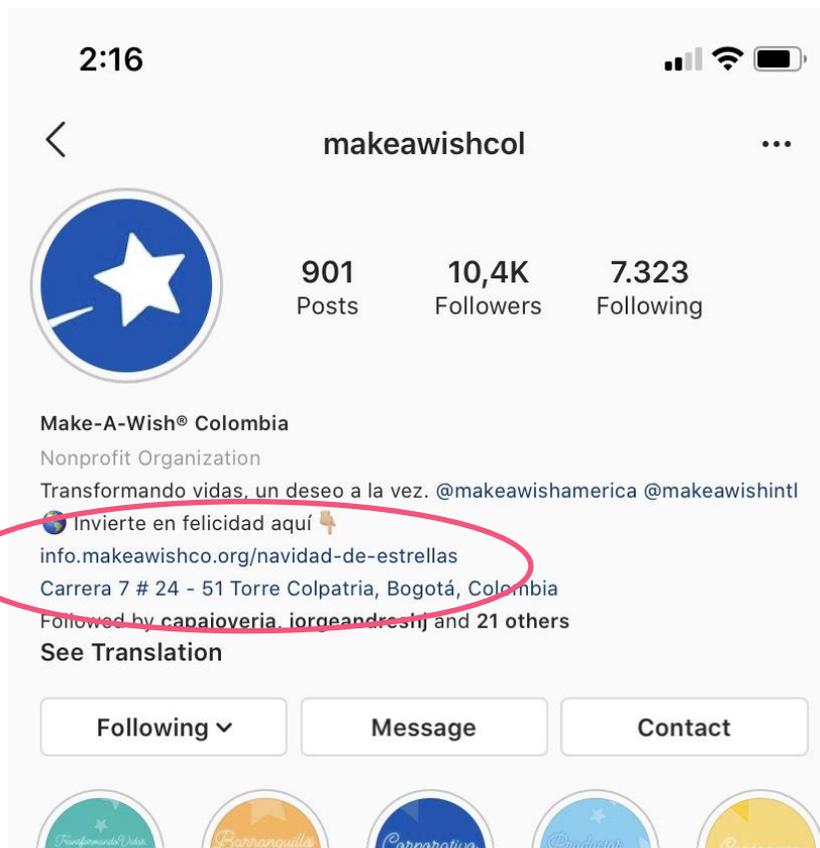
901
Posts

10,4K
Followers

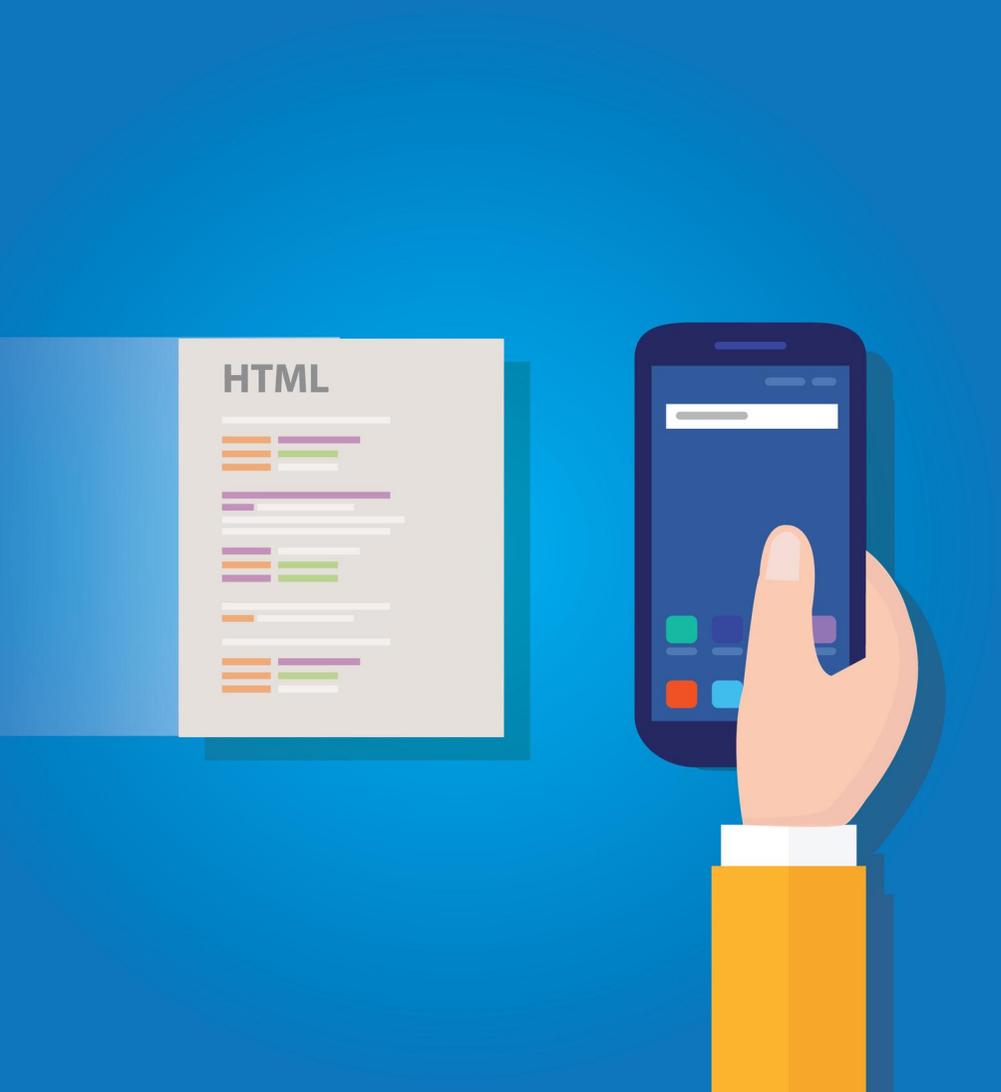
7.323
Following

Make-A-Wish® Colombia
Nonprofit Organization
Transformando vidas, un deseo a la vez. @makeawishamerica @makeawishintl
🌐 Invierte en felicidad aquí 📌
info.makeawishco.org/navidad-de-estrellas
Carrera 7 # 24 - 51 Torre Colpatria, Bogotá, Colombia
Followed by [capajoyeria](#), [jorgeandreshj](#) and 21 others
See Translation

Puedes utilizar
hashtags, palabras
clave y emojis en tu
bio.



Tu bio es el único lugar en tu perfil y publicaciones donde puedes incluir un link para dar click.

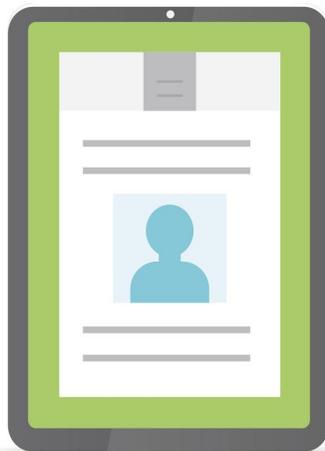


Asegúrate que tu link lleve a una página optimizada para dispositivos móviles.

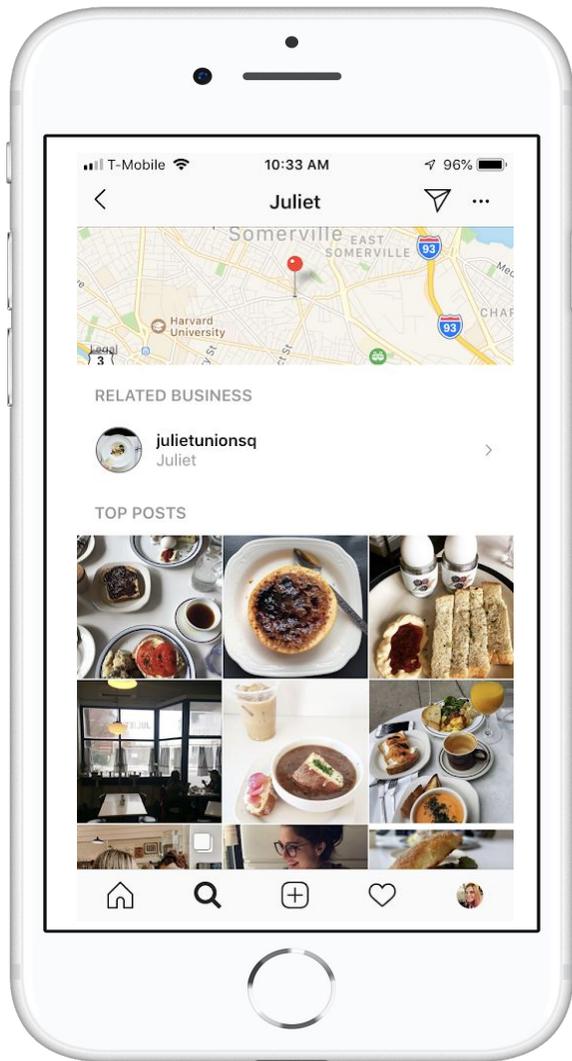
A



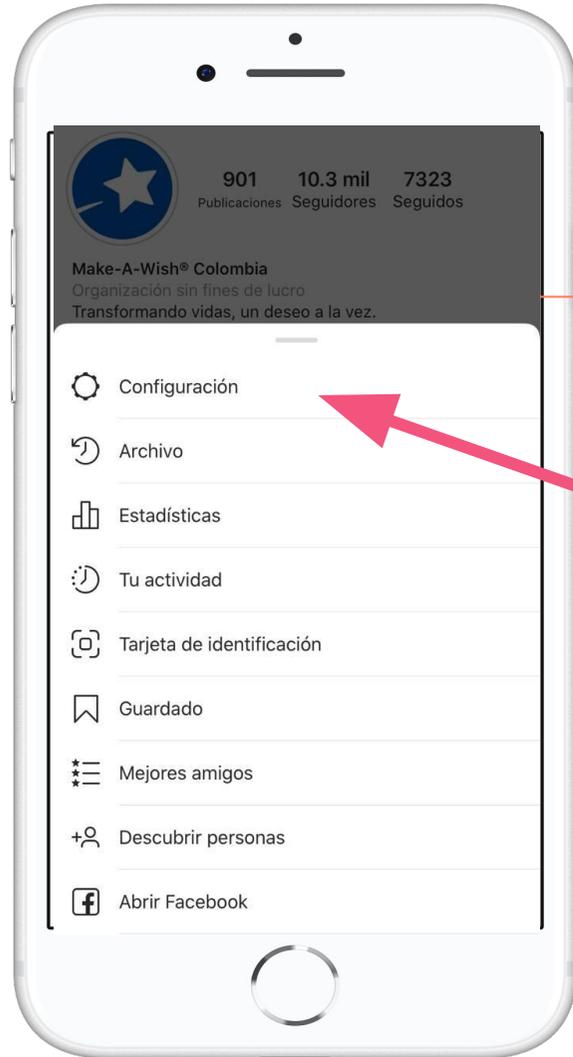
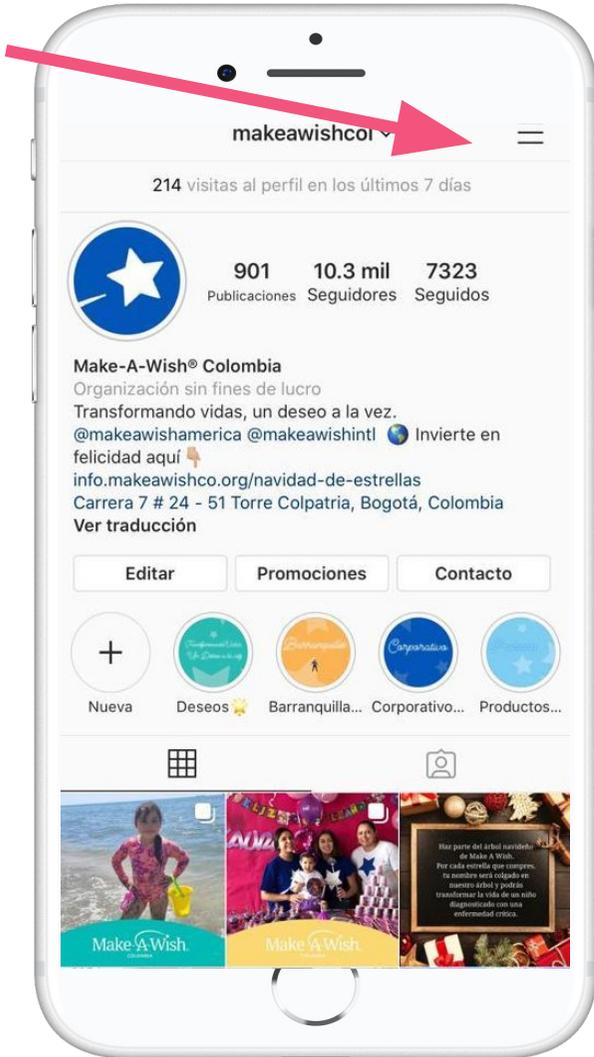
B



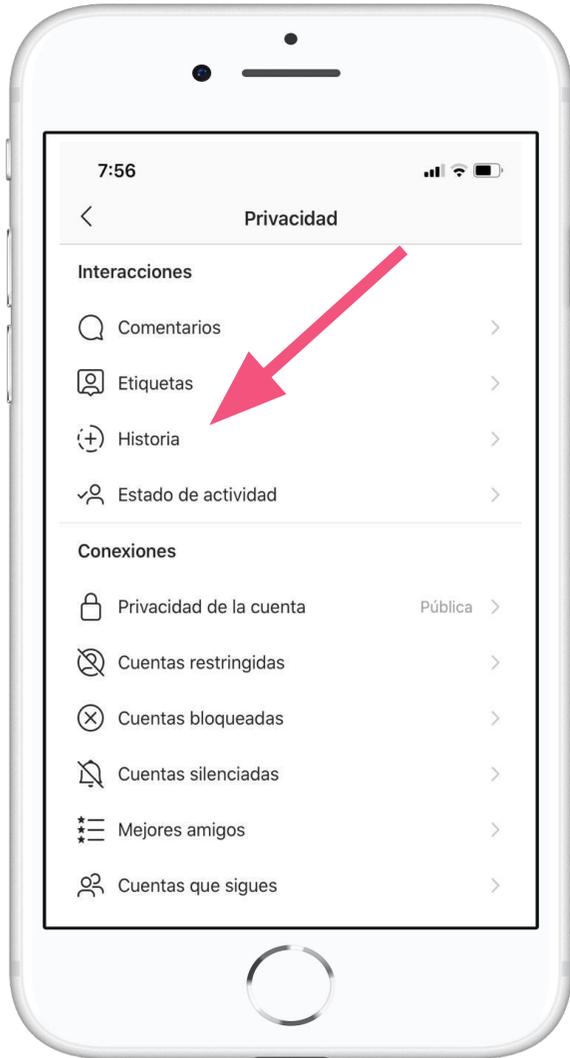
Considera
hacer A/B
testing en tu
perfil.



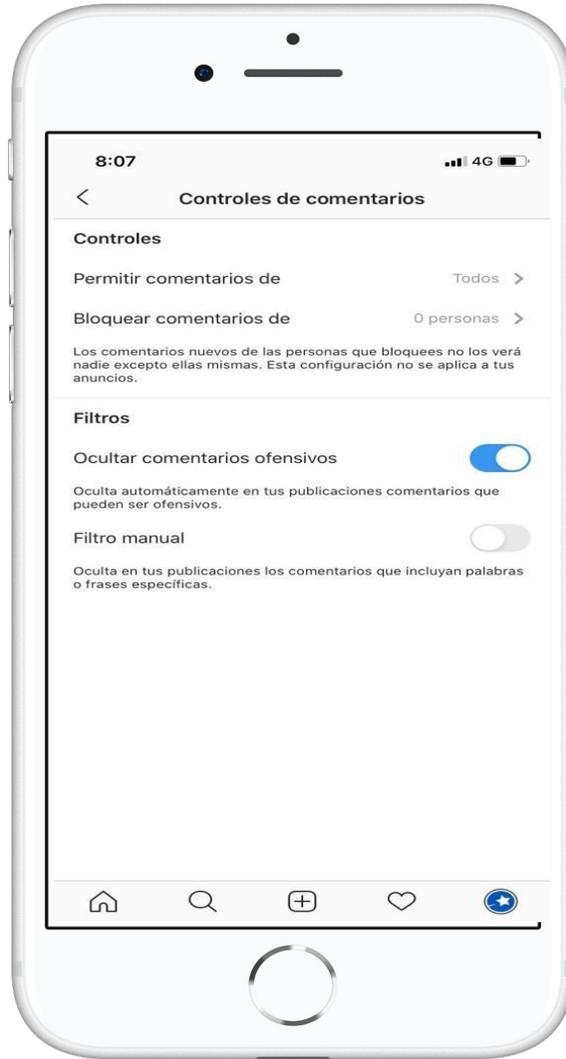
Si eres una empresa física, agrega tu dirección para habilitar direcciones en el mapa y fotos con ubicación.



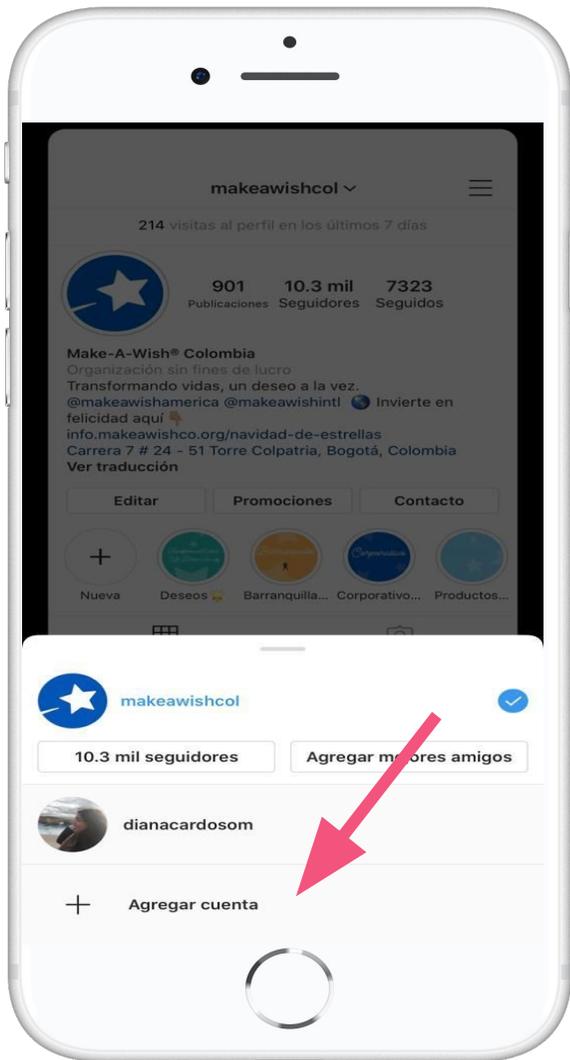
Actualiza las configuraciones de tu cuenta.



Puedes manejar quiénes pueden ver y responder tus historias.



Puedes elegir esconder los comentarios automáticamente.



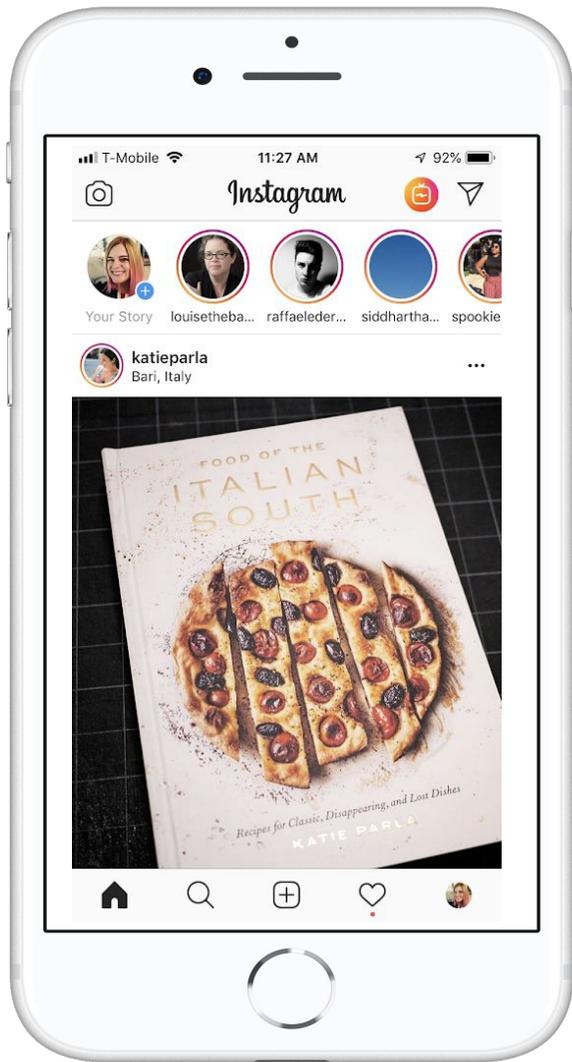
Puedes conectar hasta 5 cuentas sin que tengas que cerrar y reiniciar sesión.



#4

Entendiendo el algoritmo de Instagram





Instagram prioriza las publicaciones (posts) que considera van a ser de mayor **interés**, o que tienen la mayor **relevancia**, basado en las otras publicaciones con las que hayamos interactuado.

10%

Solo el 10% de tu audiencia en Instagram va a ver tu contenido orgánico

90%

El 90% del feed de los usuarios de Instagram está compuesto por publicaciones de amigos y familia.



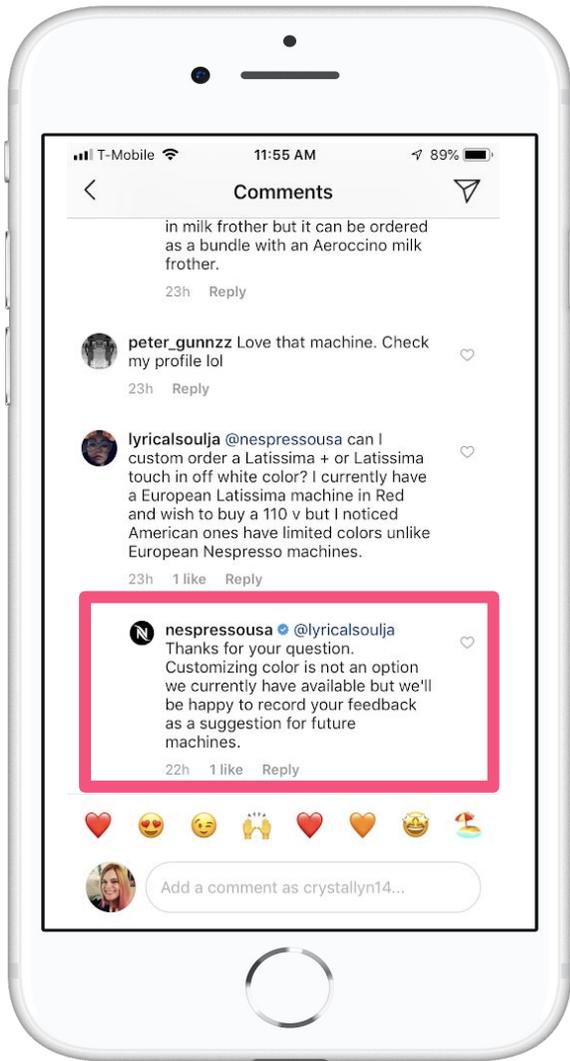
Instagram considera que el **momento** en el que se realiza la publicación, es fundamental para su **priorización** y reorganizará únicamente las nuevas publicaciones (entre la visita actual y la última visita de un usuario)



Las **relaciones** y la **relevancia** importan, por lo que Instagram siempre va a mostrar las publicaciones de las cuentas con las que interactuamos constantemente.



Para definir la relación entre dos cuentas, Instagram también tiene en cuenta el número de veces que un usuario busca ingresar al perfil de otra cuenta, y, posteriormente, le asigna un lugar prioritario en el feed del usuario.



Las marcas necesitan interactuar regularmente con sus seguidores y promover el *engagement*.

Tres criterios adicionales

Frecuencia

Cantidad de
cuentas
"Siguiendo"

Uso

Frecuencia

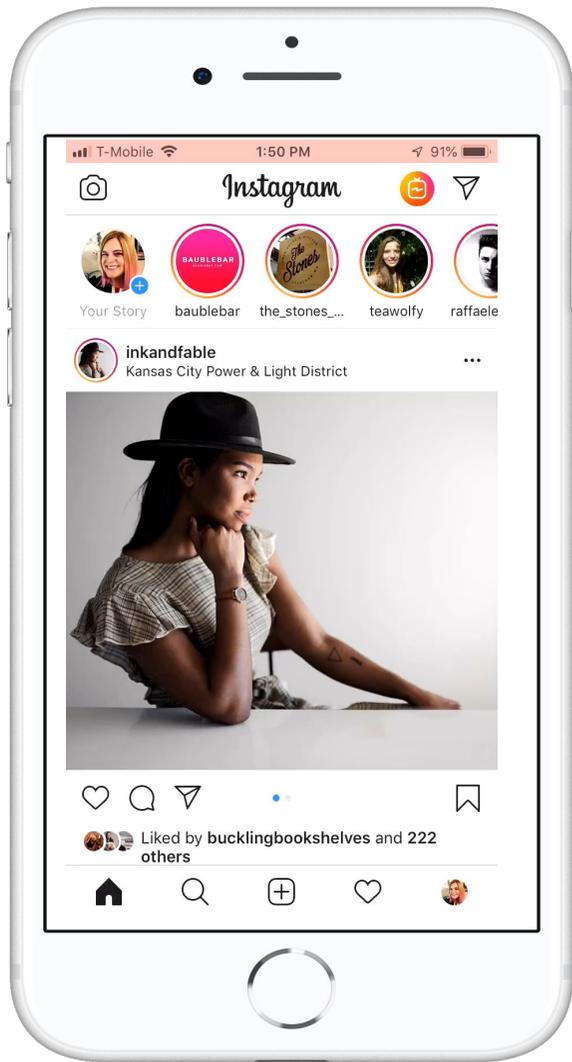
¿Con qué frecuencia un usuario accede a Instagram?

Cantidad de
cuentas
"Siguiendo"

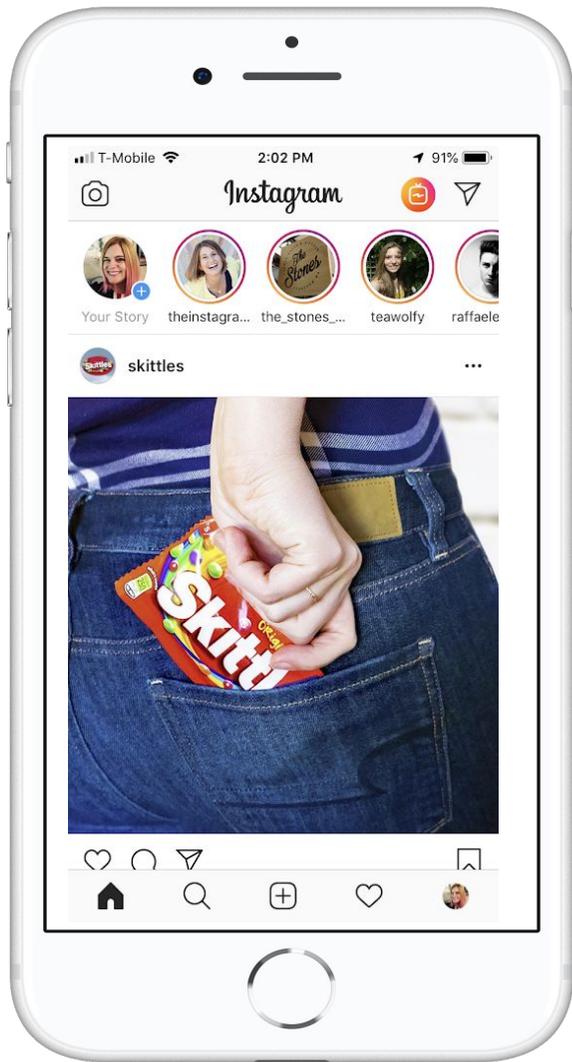
¿Cuántas cuentas
sigue un usuario?

Uso

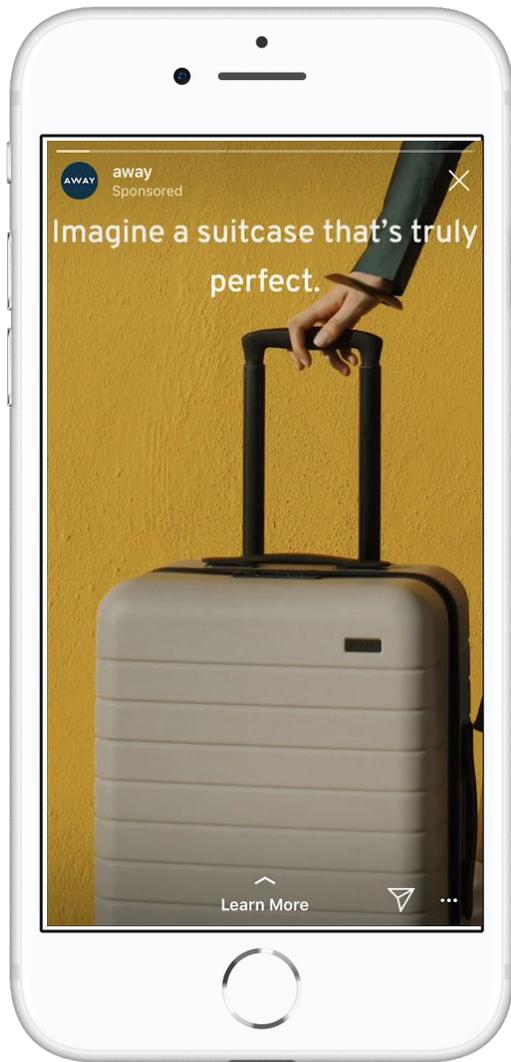
¿Cuánto tiempo
permanece un usuario en
Instagram?



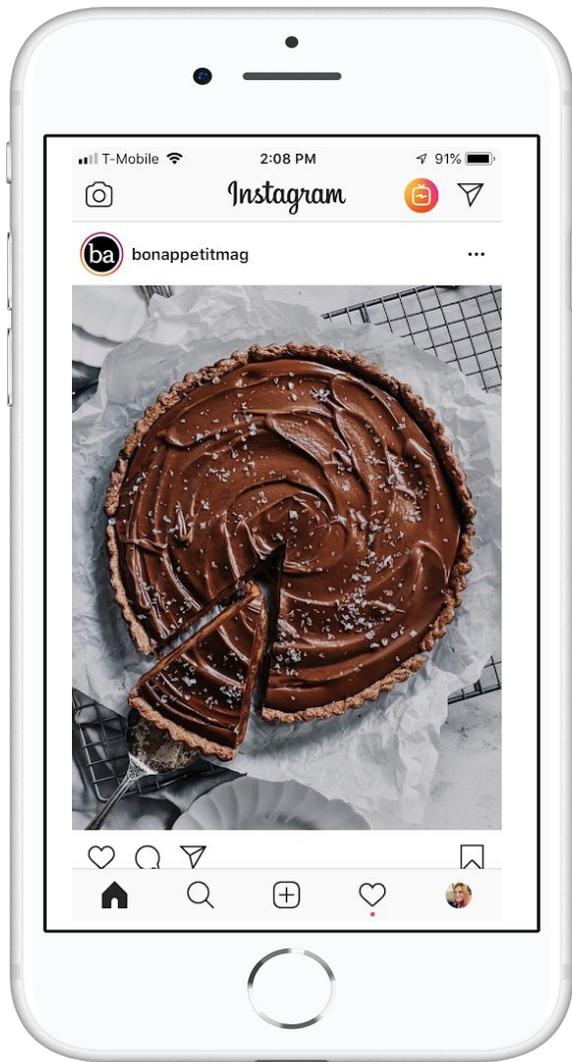
Si una persona recorre todo su feed, eventualmente verá las publicaciones de todas las cuentas a las que sigue.



Instagram no mira el contenido de **fotos** o **videos** de manera diferente.



Instagram no favorece a los usuarios que usan historias, Live o IGTV.



Instagram brinda la misma **visibilidad** a las cuentas personales y a las comerciales.

Cómo beneficiarse del algoritmo de Instagram:

- Publica frecuentemente.
- Haz preguntas en tus publicaciones para promover la interacción.
- Responde rápidamente a los comentarios que se realicen en tus publicaciones.
- Usa hashtags de tendencia.
- Publica imágenes y videos de alta calidad.
- Utiliza la funcionalidad de videos en vivo y asegúrate de promocionarlos antes de realizarlos.

Cómo beneficiarse del algoritmo de Instagram:

- Realiza tus publicaciones cuando tus usuarios están más activos.
- Considera crear un pod (grupo de compromiso) de Instagram.
- Trabaja con influenciadores y pídeles que te etiqueten.
- Considera tener anuncios.



#5

Qué son las Estadísticas (Insights) de Instagram y para qué sirven





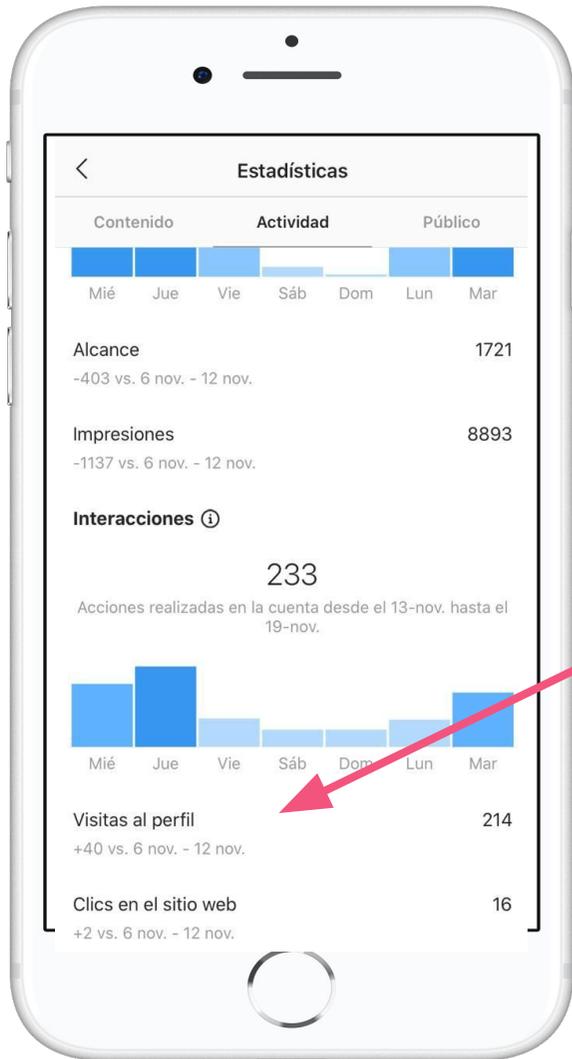
Solo se puede acceder a las Estadísticas (Insights) de Instagram desde la aplicación móvil.



Actividad



Interacciones



Visitas al perfil y
"clicks" en CTAs del
perfil



Descubrimiento



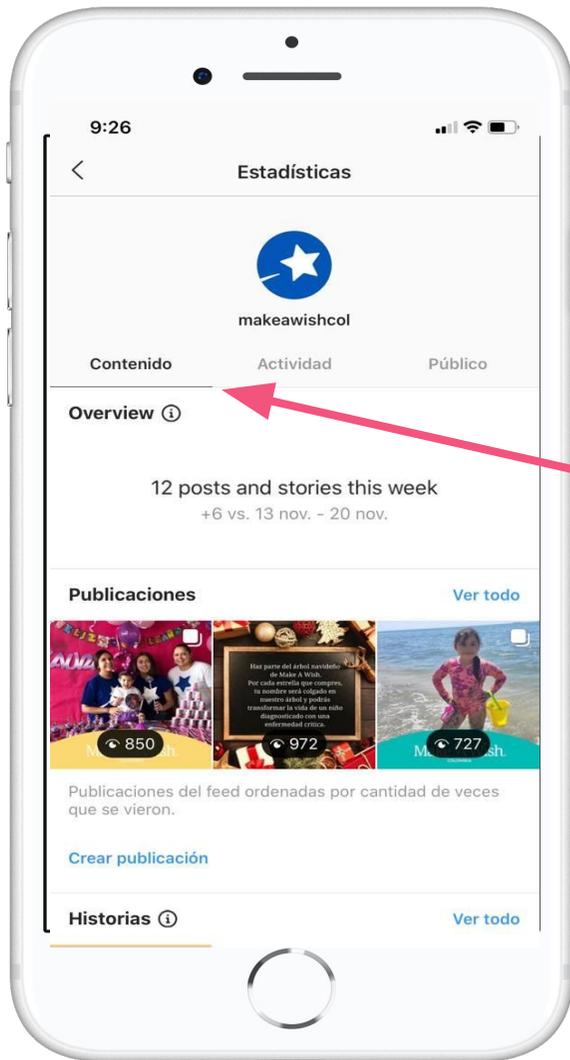
Alcance



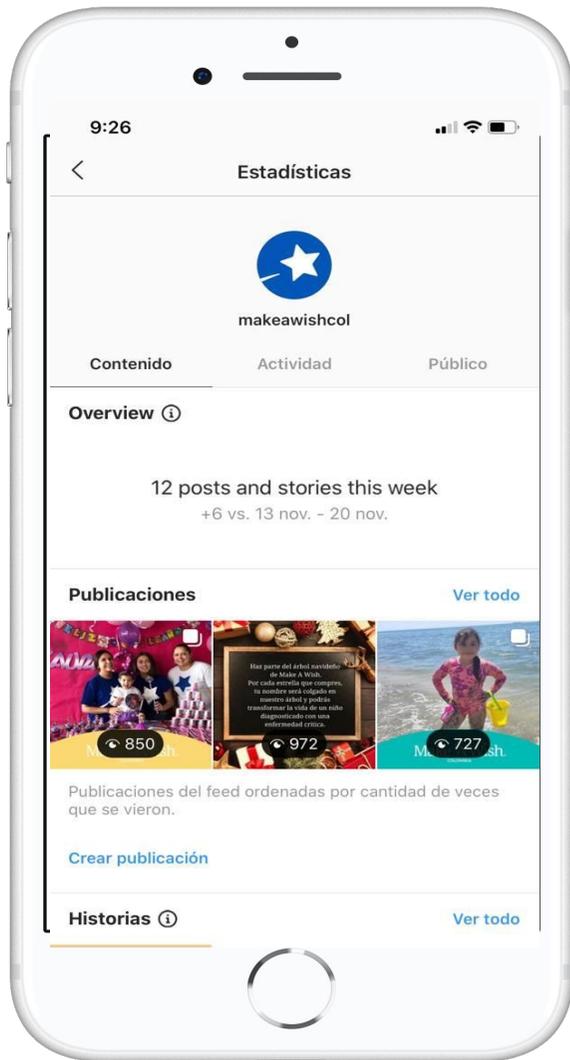
Impresiones



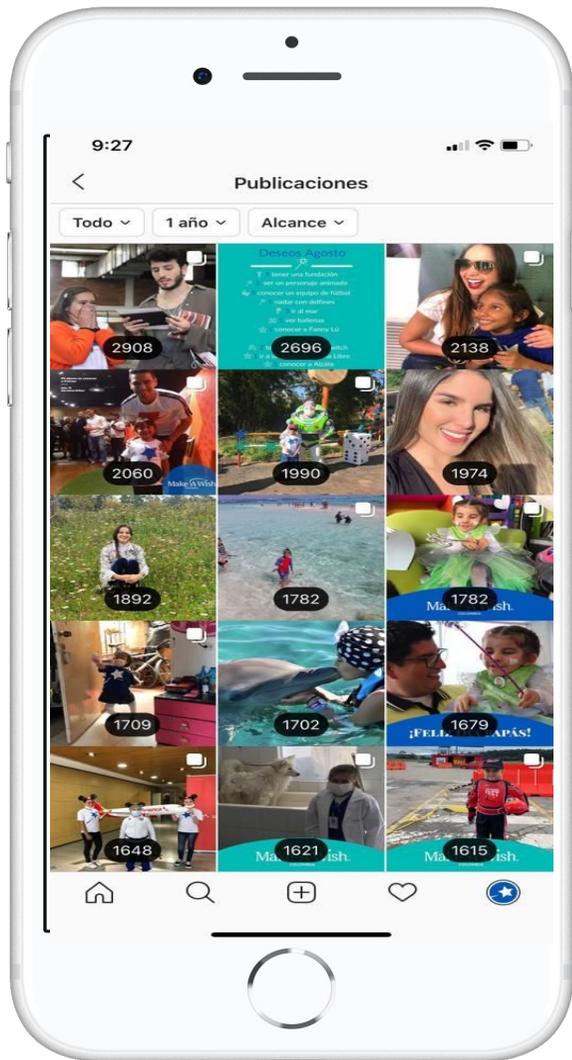
Los datos en la sección *Descubrimiento* deben considerarse como la información más valiosa para desarrollar y modificar su estrategia.



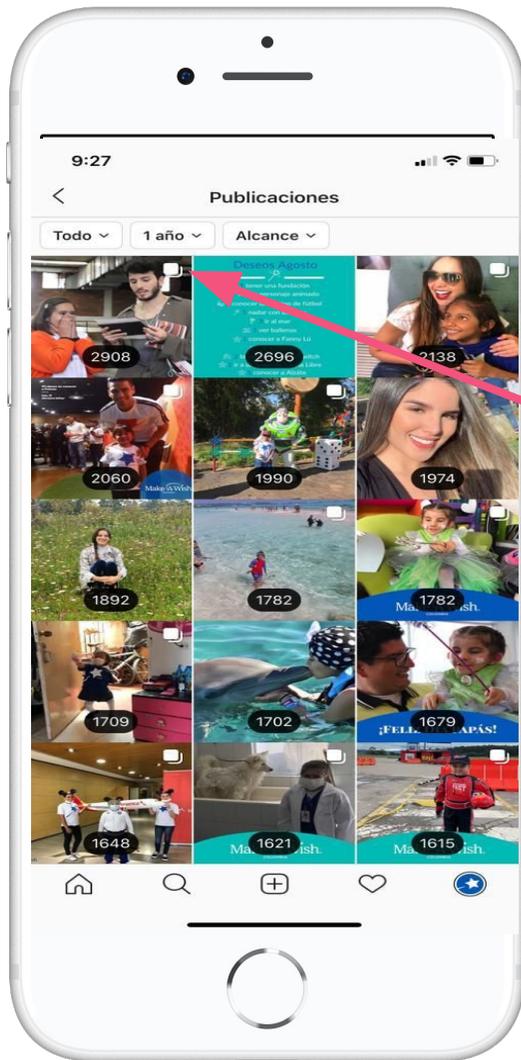
Pestaña de
Contenido



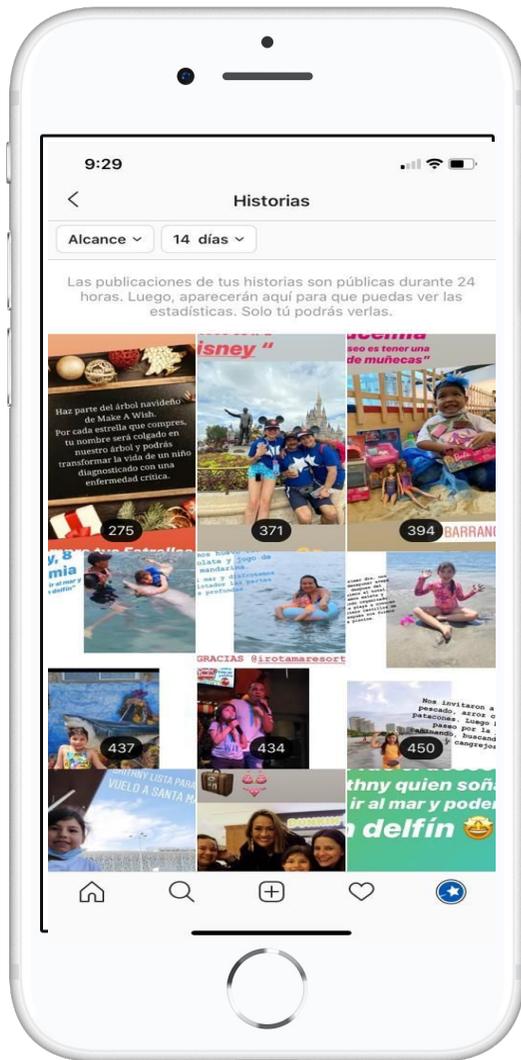
Ver todas las publicaciones del feed (línea de tiempo)



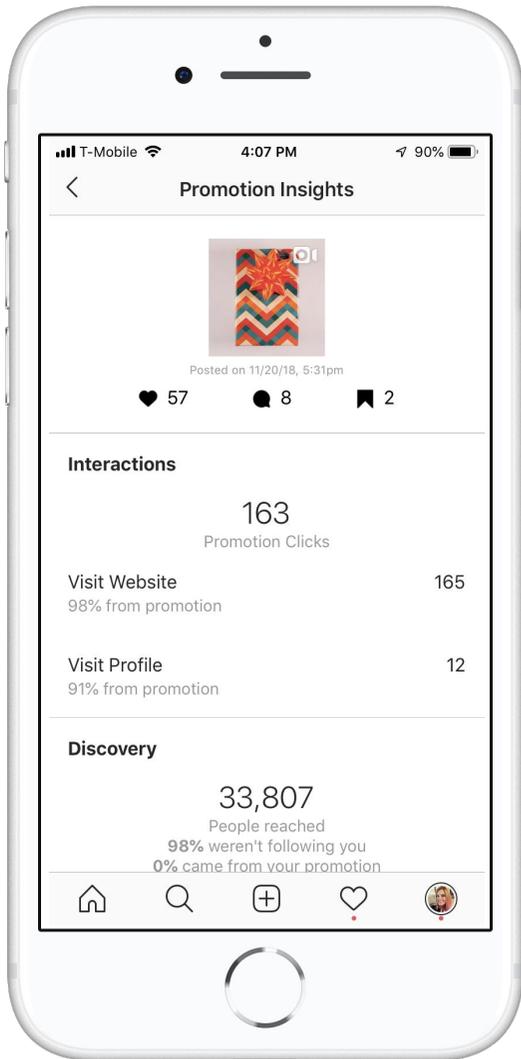
Las publicaciones del feed muestra las publicaciones con el mejor desempeño.



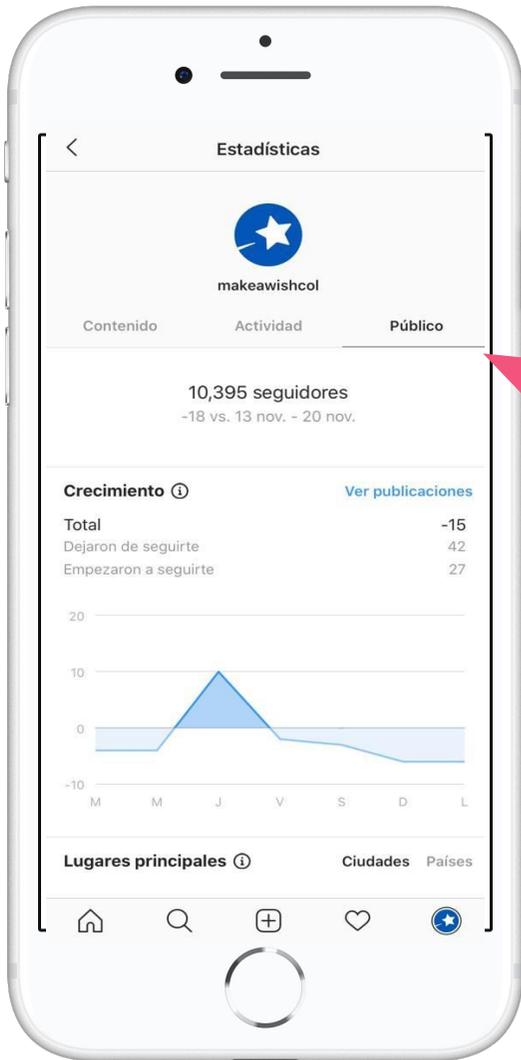
En el encabezado,
vamos a poder
utilizar filtros.



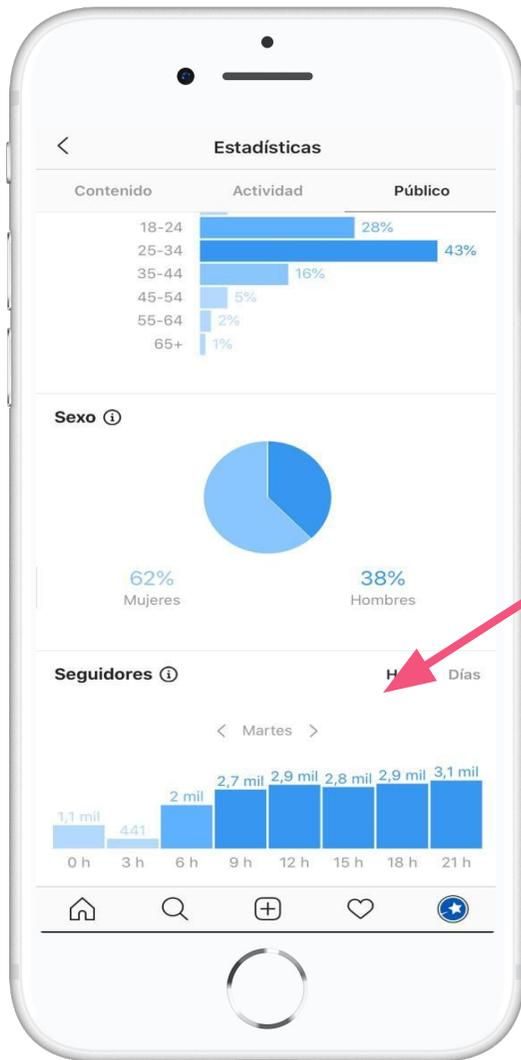
Insights de las Historias



Insights de las Promociones



Pestaña de Público



Publicar cuando tu audiencia está más activa, te ayudará a aumentar las interacciones y el alcance.



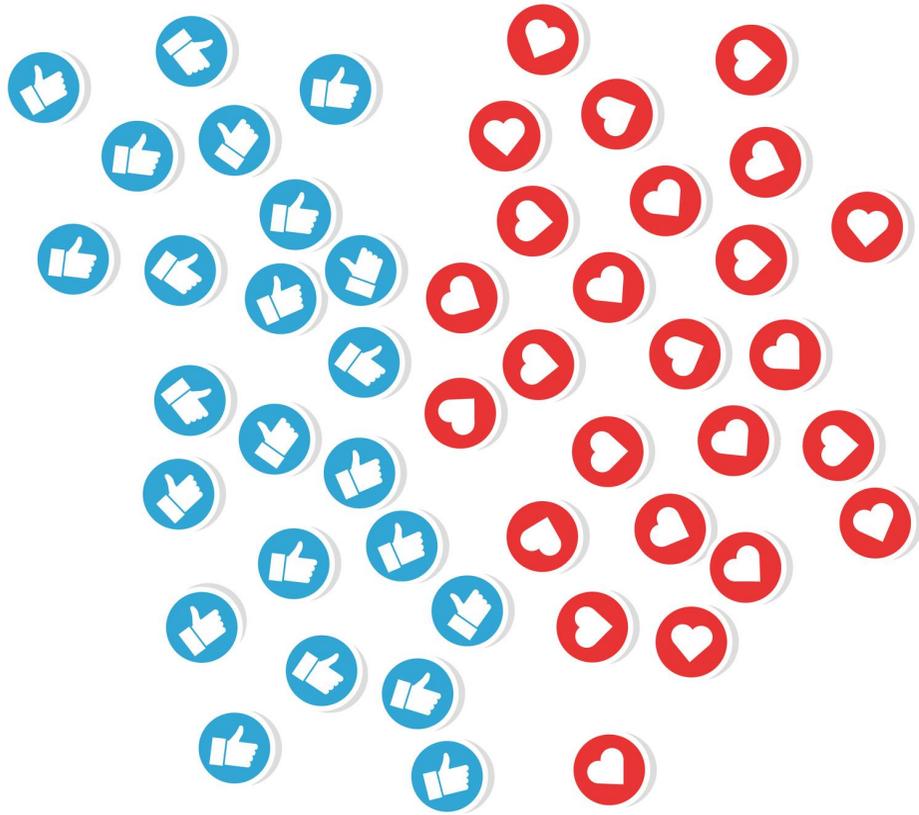
#6

Cómo aumentar tus seguidores en Instagram



Tip:

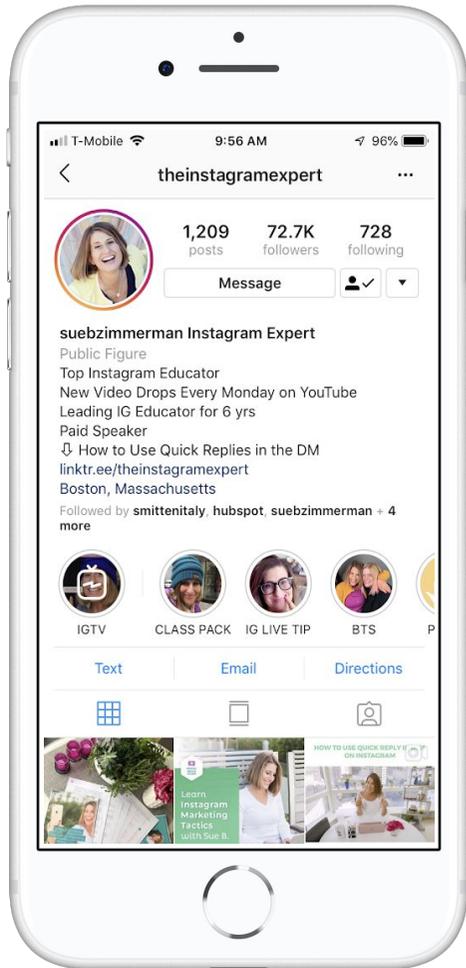
¡Nunca compres seguidores! Instagram te puede suspender si descubre que has comprado seguidores, además, los seguidores comprados generalmente son falsos.



El algoritmo de Instagram da prioridad al *engagement* para decidir cuánto mostrar y promover de tu contenido.



Pagar por un servicio automático para seguir cuentas puede ser riesgoso.



Asegúrate que
tu perfil esté
optimizado.

Followers ⓘ

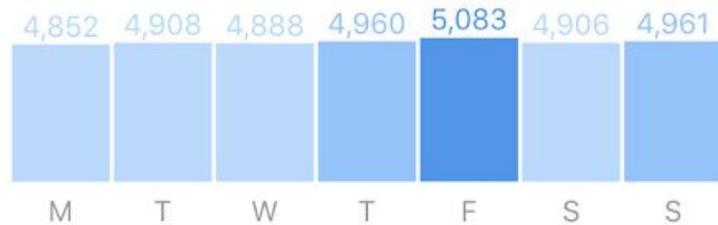
Hours Days

< Wednesdays >



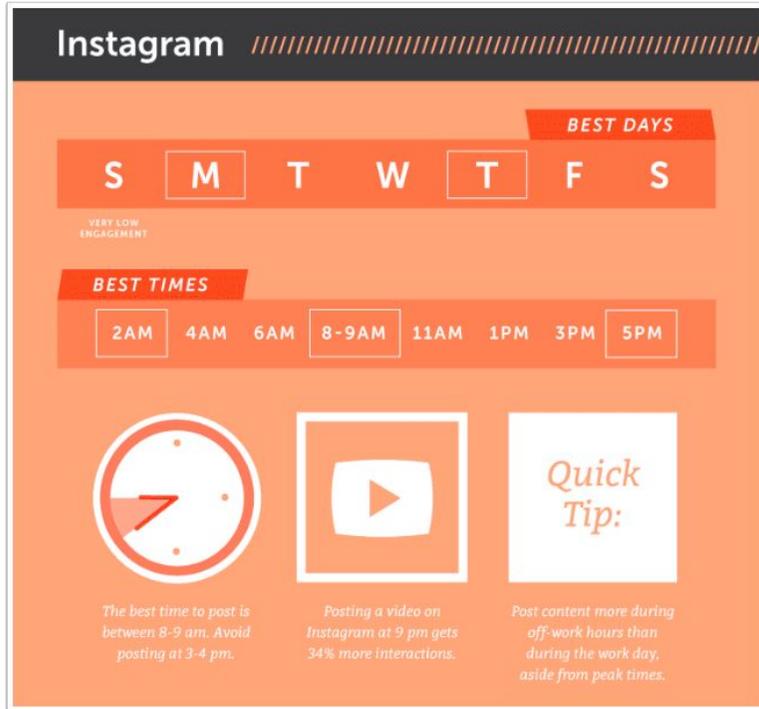
Followers ⓘ

Hours Days



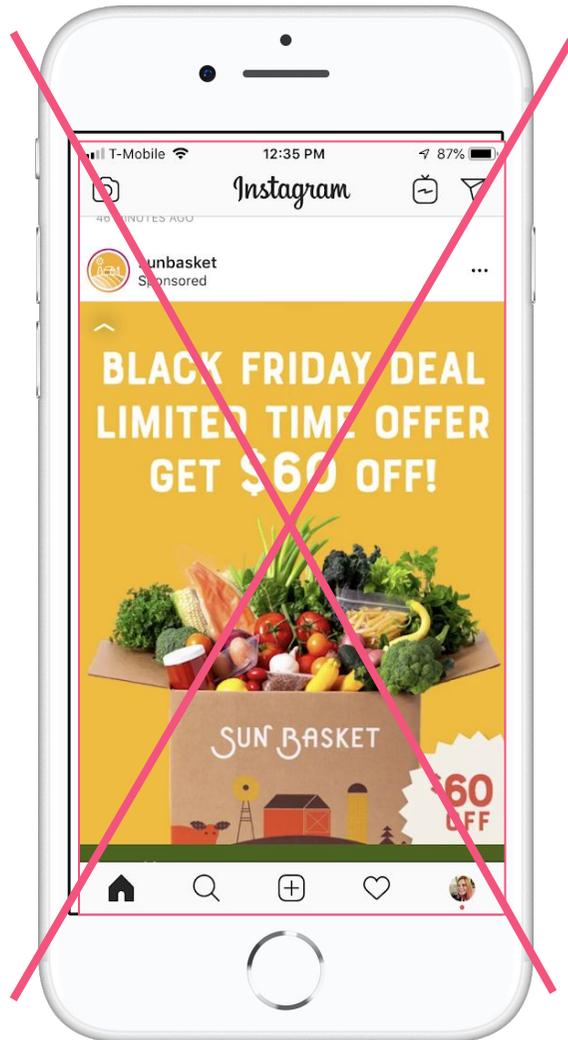
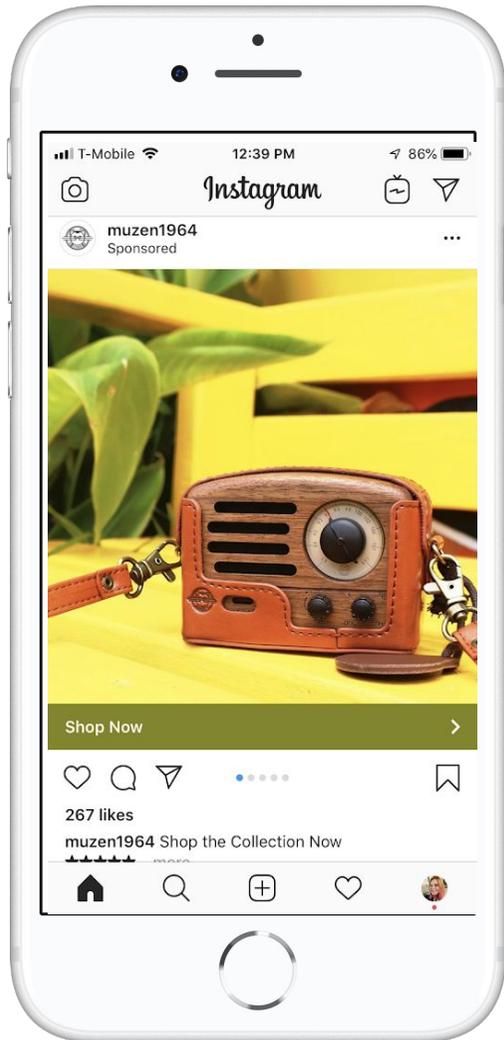
Publica cuando tu audiencia esté online.

En general, los lunes y miércoles son los mejores días para publicar, entre 8 y 9 AM. Evita publicar entre 3 y 4 PM.





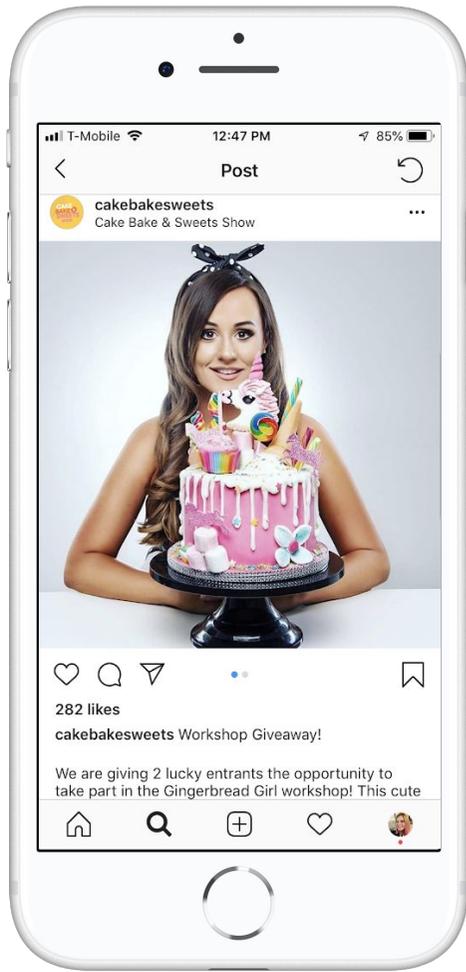
Analiza las métricas de tu cuenta y estadísticas de tu país para optimizar tu horario de publicación.



Publica contenido que se vea orgánico y se integre bien en el feed.



El contenido generado por otros usuarios es una excelente manera de expandir tu alcance.



Otra muy buena opción es realizar concursos que requieran que las personas sigan tu cuenta.



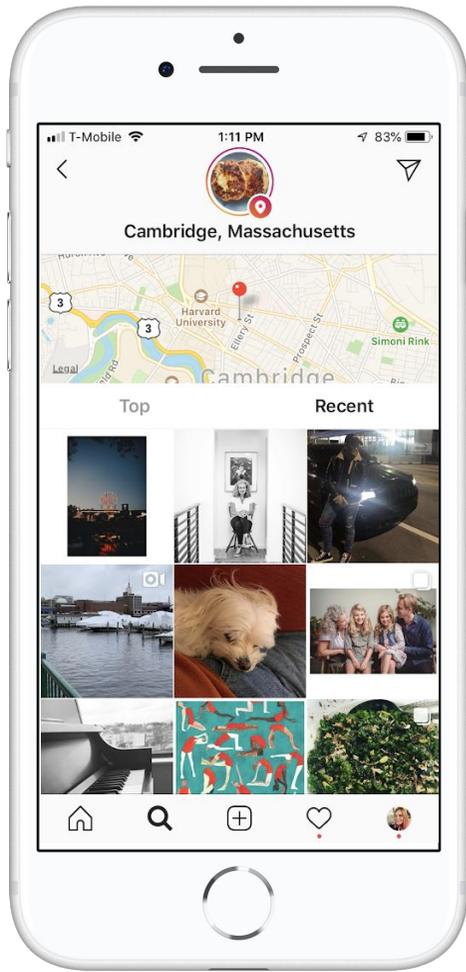
Utiliza plataformas que te facilitan la gestión de concursos



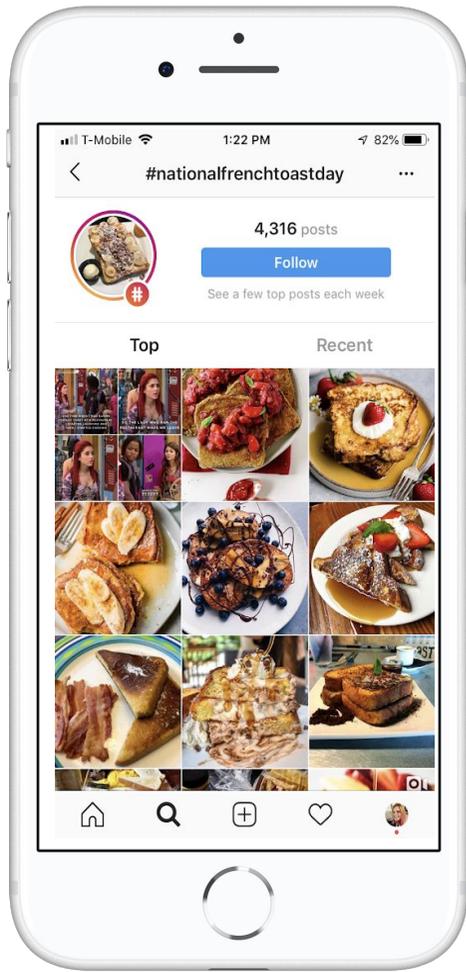
Usa hashtags
de manera
estratégica.

Servicios para hashtags





Utiliza tags de ubicación si tienes un producto o servicio locales.



Aprovecha fechas importantes en internet que te permitan publicar contenido relacionado.

50 — 100
cuentas

50—100 cuentas es el número promedio de cuentas que puedes empezar a seguir cada día.



Promociona
tus campañas
de Instagram
fuera de
Instagram.

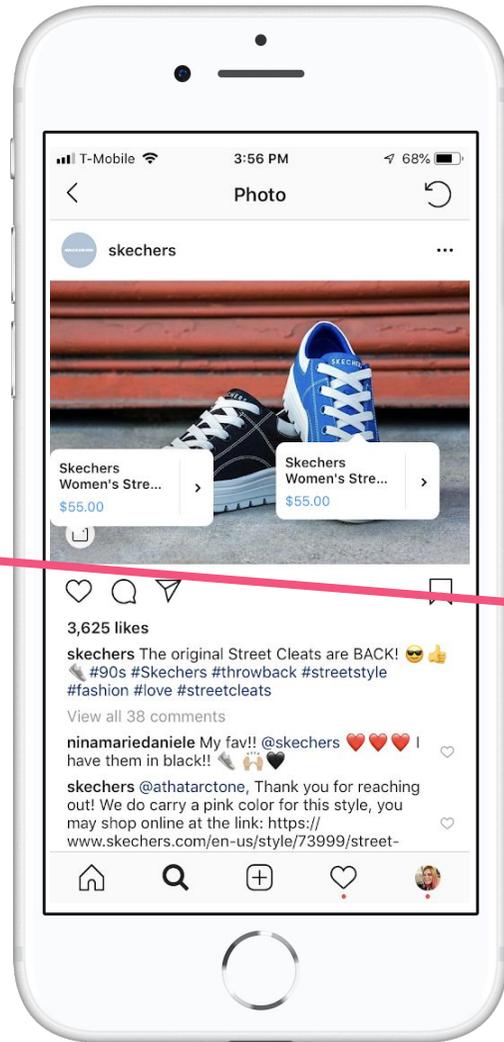
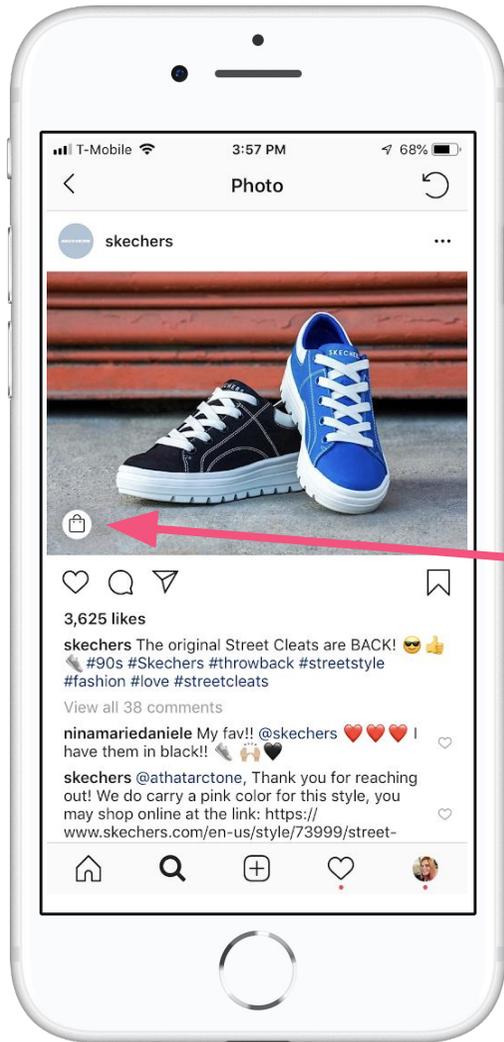


Convirtiendo tus seguidores de Instagram en ventas

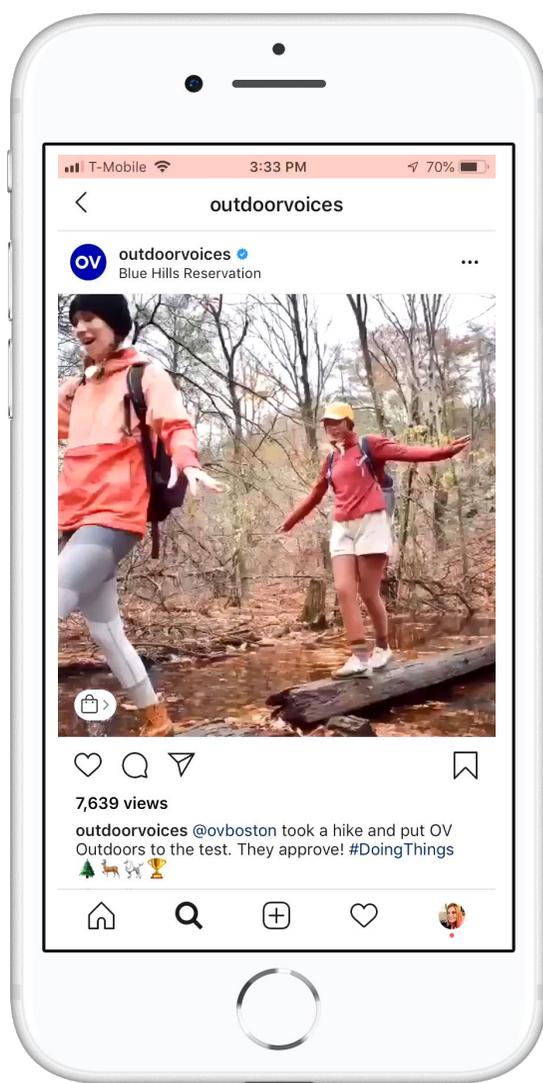




Instagram está mejorando la experiencia para facilitar compras.



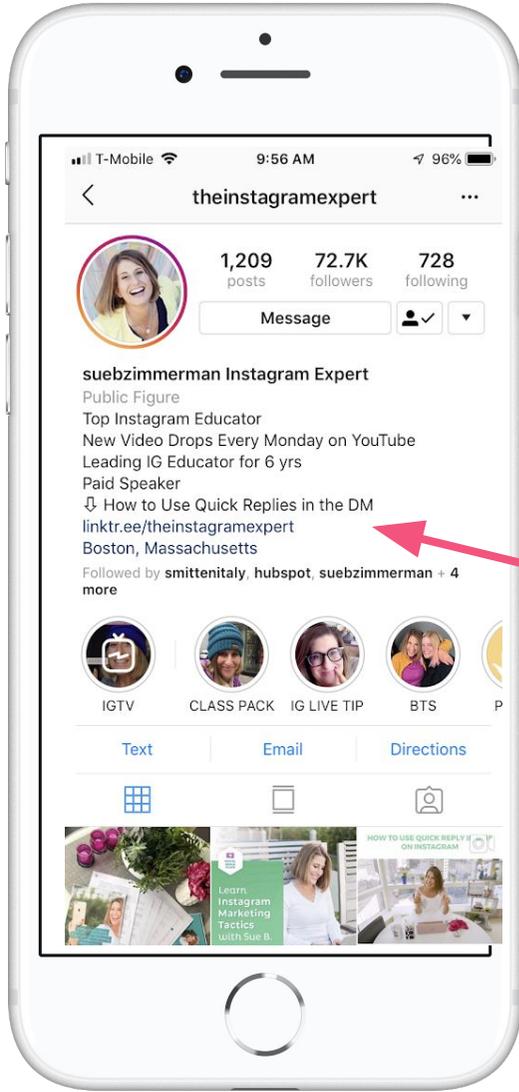
Si tienes activado Instagram Shopping puedes incluir un botón de compra en una publicación.



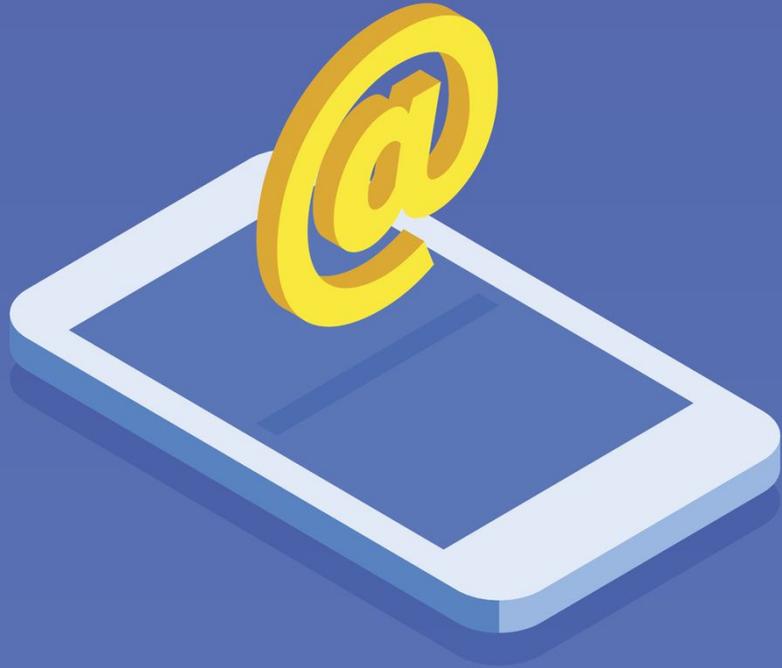
También puedes
colocar botones de
compra en videos.



Incluso si no vendes
productos físicos
también puedes
aprovechar
Instagram para
generar ventas.



Usa el link en tu bio de manera estratégica.



Ofrece contenido exclusivo para tus seguidores de Instagram con un link personalizado.

Ideas para ofertas en Instagram:

- E-book
- Videos con material exclusivo
- Códigos de descuento/cupones
- Acceso a un video en vivo de lanzamiento de producto
- Material educativo
- Tras cámaras de eventos
- Entrevistas con influencers



shakeshack • Follow

shakeshack Cool slaw. 🌶️ Hot guajillo + cayenne pepper. 🔥 Hot Chick'n brings 'em together for flavor that's juuuust right. 🍷
(let us know what you think of this spicy fan fave by 11/14 + snag 10% off your next Shack App order! Survey link in bio.)
#shakeshack

View all 70 comments

ksredmill Keep it on the menu for good!



sobejulieann I have to try this!!

bobby_khan__ @bal_singh03 road trip are you ready?

ashantae.seaborne Postmates ruined my first Shake Shack experience.

ybnboss777 When is the pal alto location going to open?

parttimebaker33 It was tasty! I could

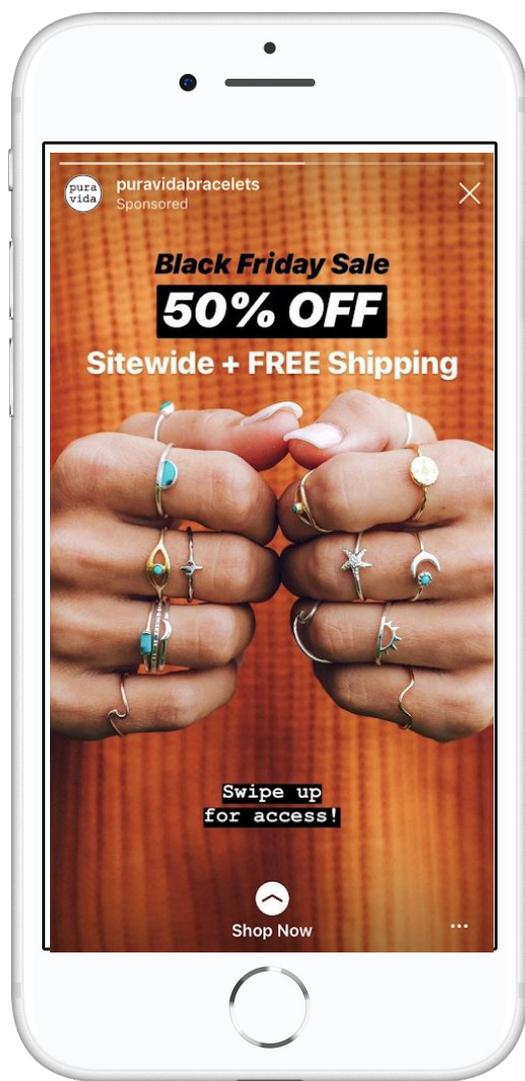


4,530 likes

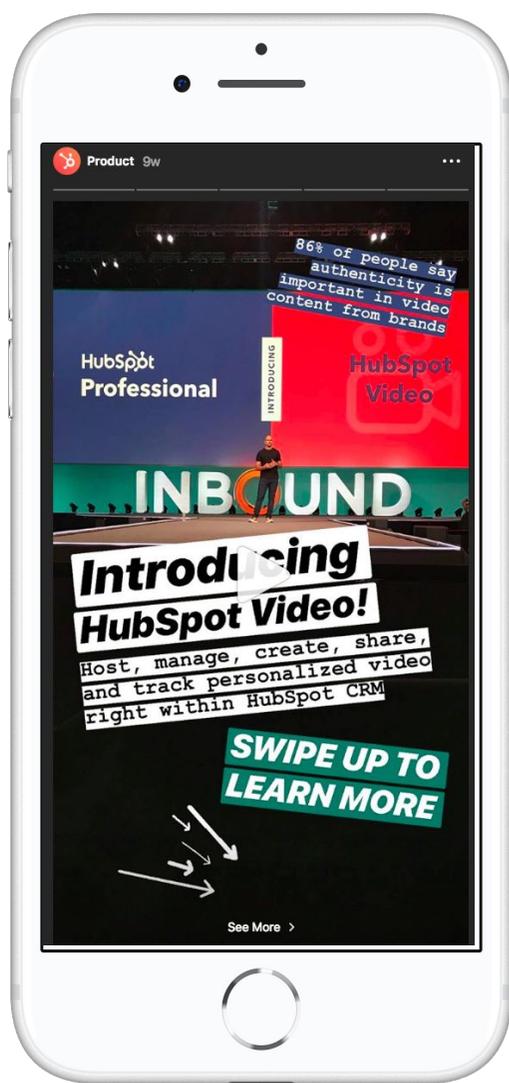
5 DAYS AGO

Add a comment...

Shake Shack pide a sus seguidores que llenen una encuesta a cambio de un descuento.



Si tienes 10K seguidores o más puedes incluir links en tus historias de Instagram.



Asegúrate que tu CTA sea muy claro.

Selecciona una red para conectar



Facebook e Instagram



Twitter



LinkedIn



Informes de YouTube

NEW

¡Publica en Instagram desde HubSpot!

Crear nuevas publicaciones sociales



Publicando desde: BigLytics

Cuando: 19 de nov. de 2019 4:47 PM EST

¿Qué deseas decir en tu leyenda?



Arrastrar y soltar un archivo aquí para cargarlo o [seleccionar archivo](#)

Se recomiendan imágenes cuadradas de por lo menos 1080px de ancho.



Programar otra:



Empecemos con las
preguntas
de Zoom.



The background is a solid orange-red color. In the top-left corner, there is a large, semi-transparent light red circle containing a smaller, solid red circle. To its right, there are three concentric, semi-transparent light red circles. In the bottom-right corner, there is a large, semi-transparent light red arc. The text "¡Gracias!" is centered in the middle of the image in a white, sans-serif font.

¡Gracias!