



DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS





1. Muchas gracias por tu interés en esta actividad; empezaremos en unos instantes.
2. Recuerda **apagar tu cámara y silenciar tu micrófono**.
3. Durante la sesión para cualquier pregunta, puedes utilizar el chat interno de la plataforma. Al final abriremos micros y turno de preguntas.
4. La sesión será grabada, y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto DICA; puedes abandonarla en cualquier momento.

Aprovecha las posibilidades de Instagram
para visibilizar tu comercio

Introducción



Introducción

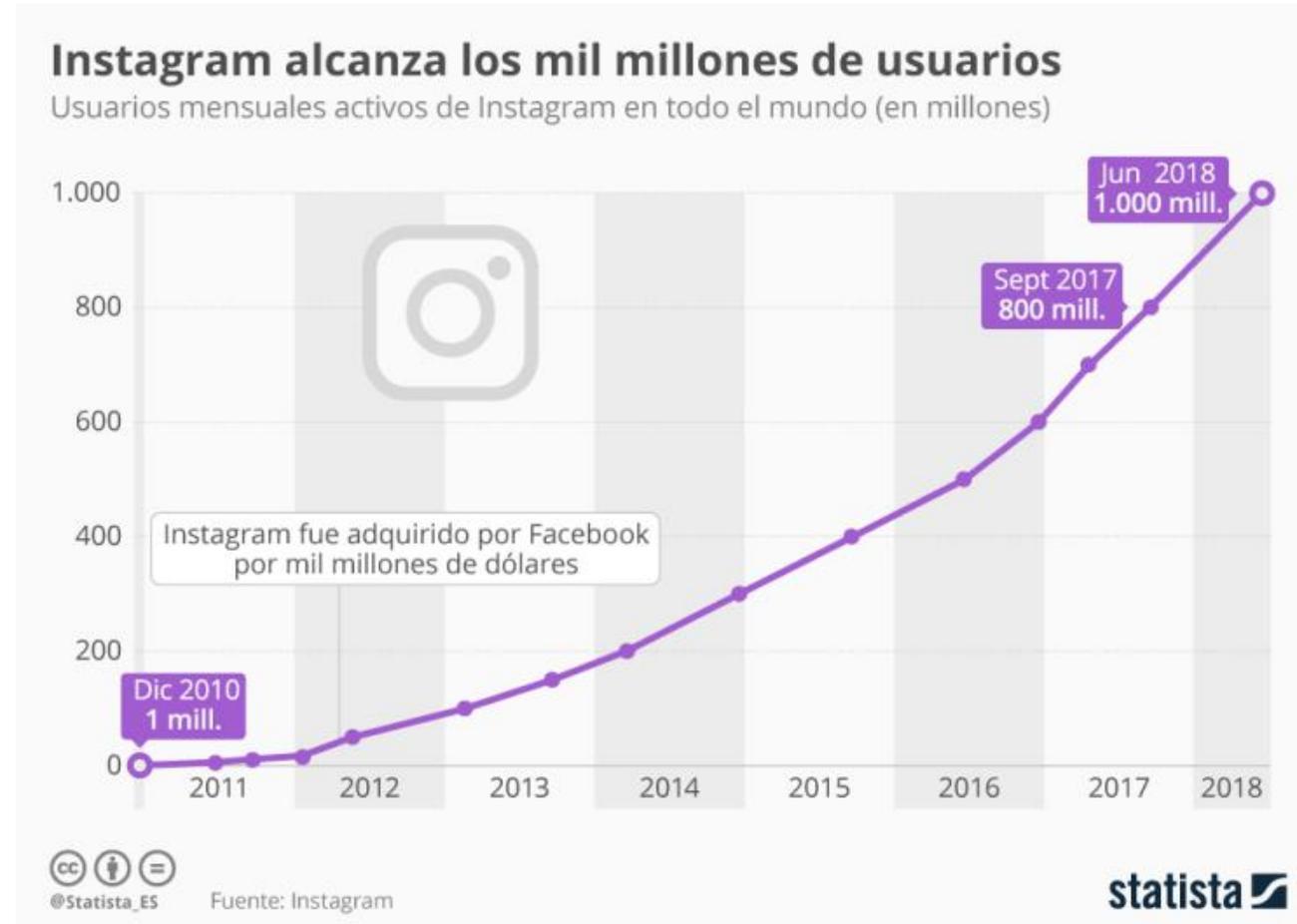
- Creada en **octubre de 2010** por Kevin Systrom y Mike Krieger.
- Pretendían hacer una especie de “Twitter de fotos”, aplicando filtros para que las fotos publicadas recordaran a los sistemas Polaroid o Instamatic.
- En sólo **18 meses alcanzó los 100 millones de usuarios (*)**
- En diciembre de 2020 tenía más de **1200 millones de usuarios**.
- Los usuarios invierten una media de **10 horas por mes** en interactuar en Instagram.



(*) Facebook necesitó 4 años y Twitter 5 años para alcanzar esa cifra

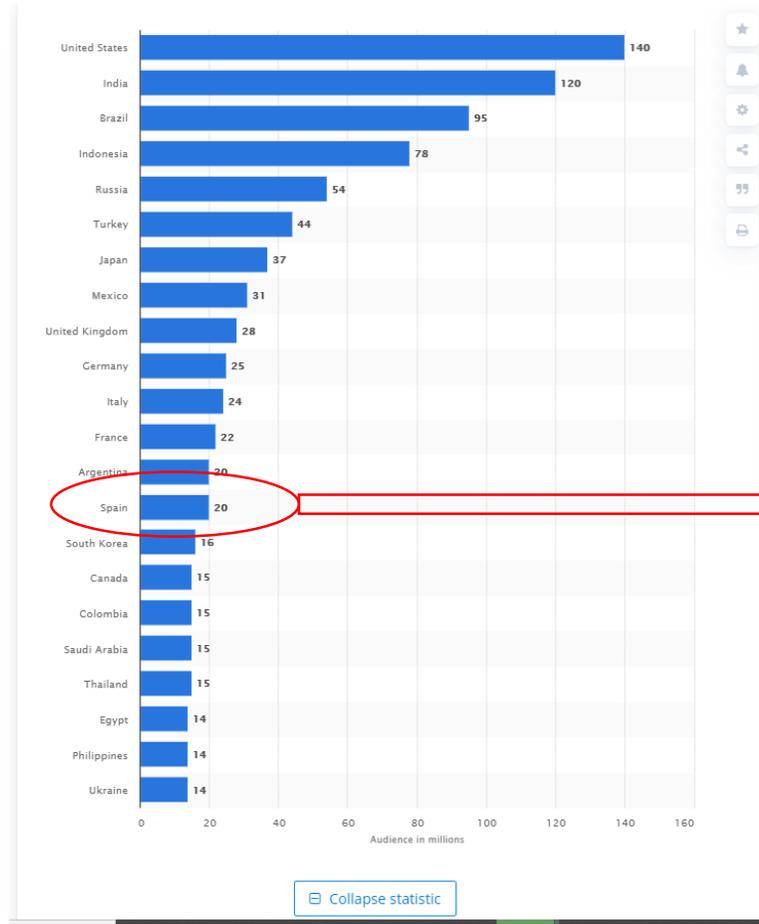


Evolución de Instagram





Usuarios por países



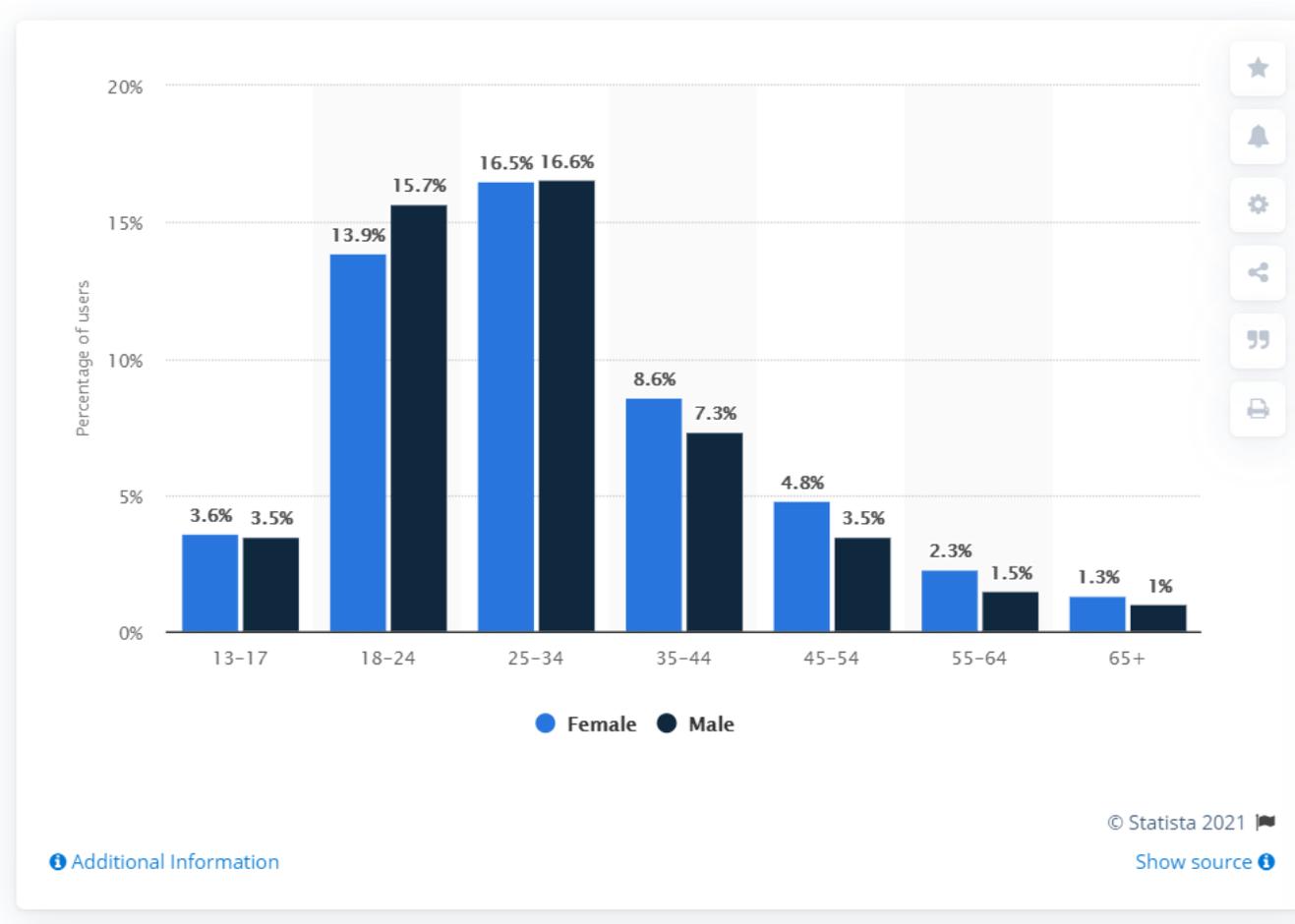
Usuarios de Instagram por países, en millones de usuarios

España: 20 millones de usuarios

En torno al 42% de la población

Fuente: statista.com

Perfil de usuarios



Datos de octubre de 2020. Fuente: statista.com

Hashtags



- Los **hashtag** se introdujeron 4 meses después de su lanzamiento, como una manera de organizar el contenido.
- En **2012** sólo dos años después de su lanzamiento, es comprada por Facebook por mil millones de dólares.
- En **2013** se le agrega la posibilidad de etiquetar usuarios y se crea Instagram Direct.
- En **2015** se aparece la publicidad.
- En **2016** se añaden las Stories, y las cuentas de empresa.
- En **2018** aparece Instagram TV.
- En **2020** incorpora los reels



Particularidades de Instagram

Exclusivamente contenidos audiovisuales

En Instagram no se puede publicar contenido que no incluya imágenes o vídeos.

Viralidad limitada para fomentar la creación de contenidos propios

Mientras Pinterest, Tumblr, Twitter, etc... fomentan la redistribución a través de repins, reblogs, retweets, etc., Instagram no dispone de esta característica, lo que **promueve la creación de contenido original**.

Prioriza el uso de la app móvil

sólo desde la App móvil se dispone de todas las funcionalidades para publicar y gestionar contenidos.



Por qué usar Instagram

Divertido

Marketing visual: mayor conexión emocional

Público diferente



¿¿Tráfico web??

*Alta visibilidad de las entradas**

Conexión emocional

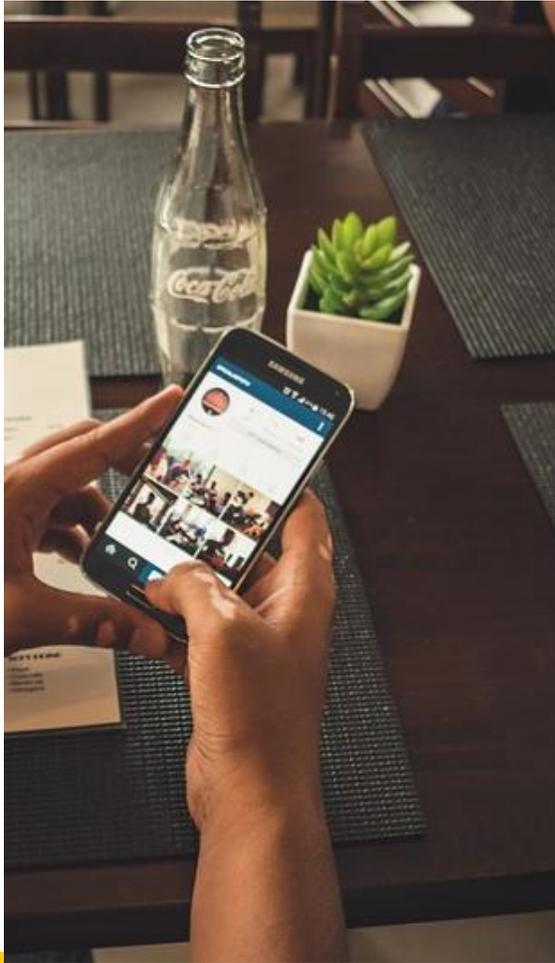


La audiencia en Instagram



- **Followers** o seguidores son la audiencia general, quien ha decidido seguir a tu marca e interactúa con ella.
- **Contributors**: personas que comparten en sus perfiles fotografías y contenidos importantes para tu marca. O la mencionan. Pueden ser, o no, seguidores. Son muy importantes, ya que amplían la visibilidad de la marca.

Tipos de perfil



Crear una cuenta

Para utilizar Instagram es necesario disponer de una cuenta de usuario. Esta puede crearse gratuitamente, mediante un sencillo proceso de registro, desde www.instagram.com, o desde la app móvil.

Todo perfil de Instagram necesita un nombre de usuario (como por ejemplo [@dica.asturias](https://www.instagram.com/dica.asturias/)). Este podrá tener hasta 29 caracteres de longitud como máximo, admitiendo letras, números, guiones bajos y/o puntos.

Puede cambiarse posteriormente.

Un perfil estará accesible a través de una dirección web de la forma <https://www.instagram.com/dica.asturias/>

Tipos de cuentas

Cuenta personal:

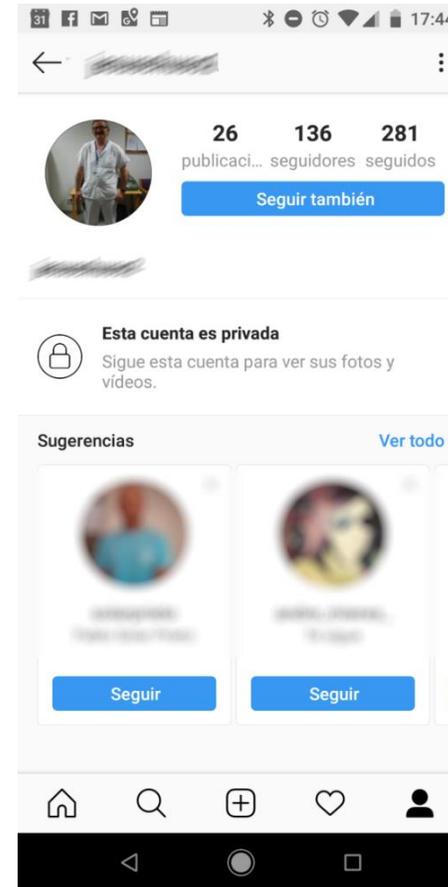
- ✗ No ofrece estadísticas
- ✗ Si **compartes en Facebook**, se compartirá en un **perfil personal**
- ✗ **No aparece botón de contacto** en la Bio
- ✗ **No hay categoría de negocio** en la Bio
- ✗ **No se puede poner ubicación** ni dirección física.
- ✗ No se pueden programar las publicaciones
- ✗ **No se pueden promocionar contenidos.**

Cuenta profesional

(Empresas / Creadores)

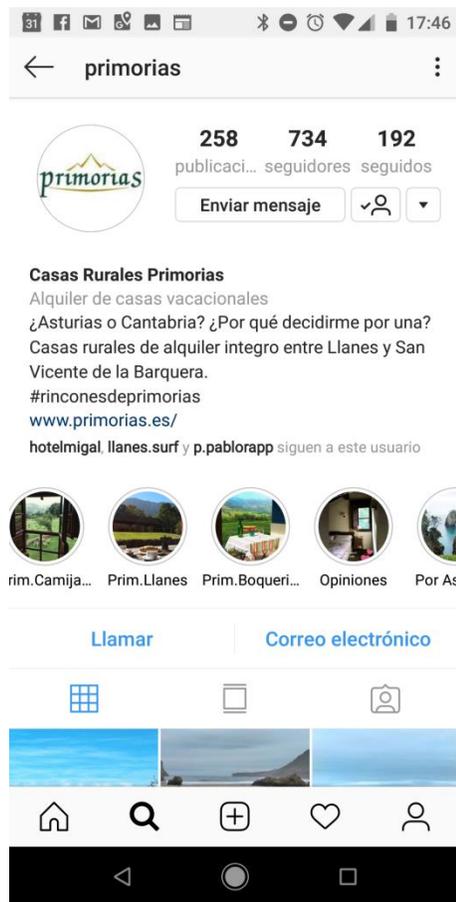
- ✓ Ofrece estadísticas.
- ✓ El botón de compartir en Facebook publicará tus fotos y vídeos en una página de fans
- ✓ Se incluye un botón de contacto en la bio
- ✓ Aparece en tu perfil la categoría del negocio
- ✓ Se incluye un enlace con la dirección física sobre el que se puede hacer click
- ✓ Permite programar publicaciones
- ✓ Se pueden etiquetar productos (vinculando el catálogo de la tienda de Facebook)
- ✓ Se pueden promocionar publicaciones (PPC)

Cuenta personal



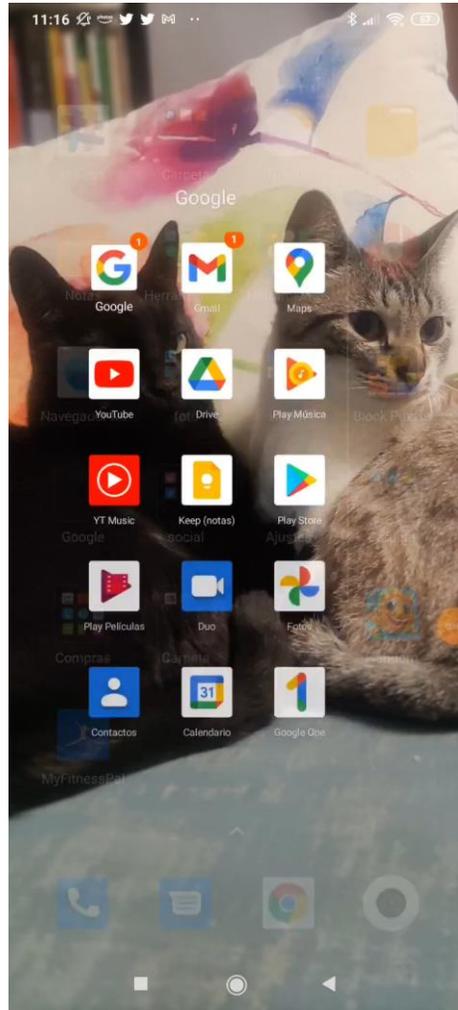
Cuenta profesional

Para crear una cuenta profesional, es necesario crear primero una personal y posteriormente, convertirla en profesional



Crear una cuenta profesional en Instagram

1. Crear una cuenta personal

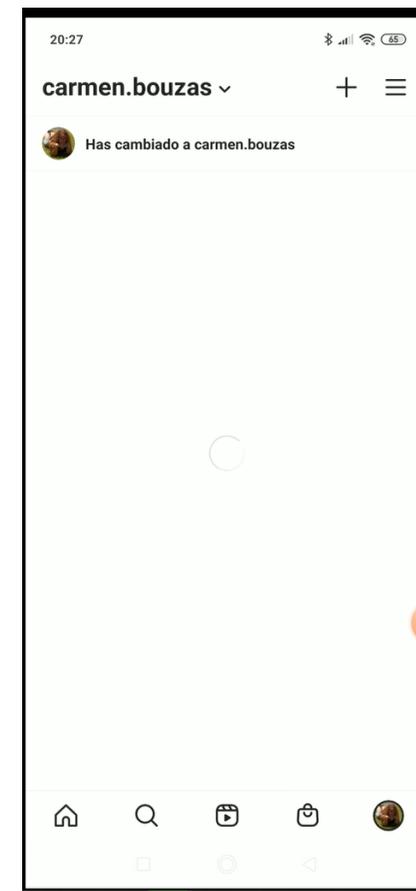
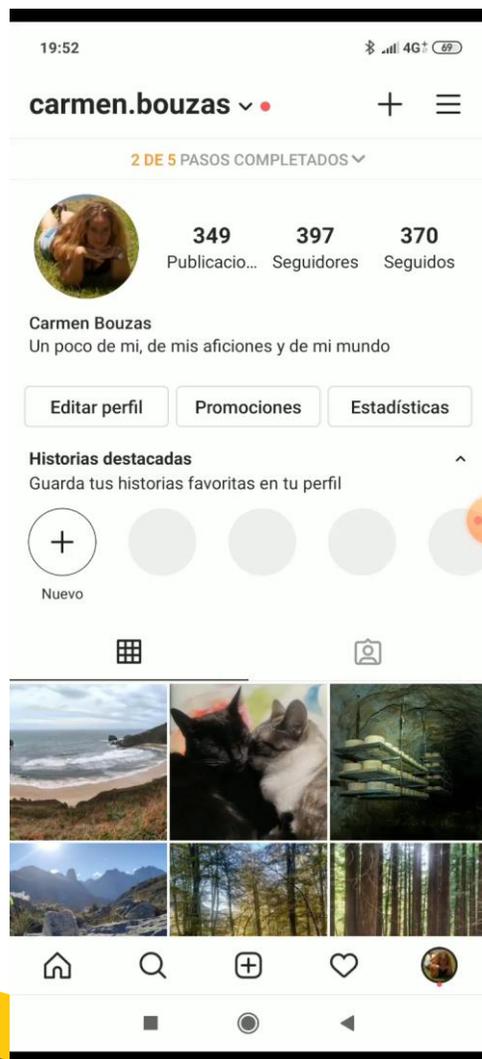


2. Convertir cuenta personal en profesional



3. Configurar varias cuentas en el mismo smartphone

Cambiar entre cuentas



Publicar contenidos en Instagram

Formas de compartir contenido



Instagram Noticias: las publicaciones “normales” de Instagram que permanecen en el perfil



Instagram Stories: Contenidos de imágenes o vídeos cortos, a los que se pueden añadir stickers y dibujos, que aparecen destacados durante 24 horas y después desaparecen.



Instagram Direct: Herramienta de comunicación tipo mensajería que permite el envío de contenidos de manera privada a otros usuarios.



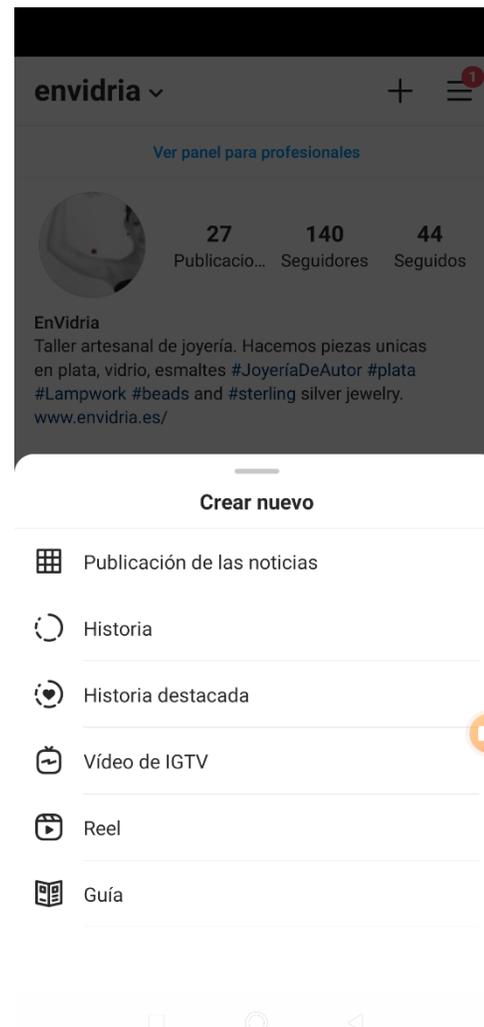
Instagram TV: herramienta para la publicación de vídeos, de hasta 1 hora de duración, y en **formato vertical** que no desaparecen al cabo de 24 horas, como las stories, sino que permanecen publicados.



Reels: vídeos de 15 segundos que puede ser compartido en las stories, en las noticias además de quedar guardados en reels.



Formas de compartir contenido

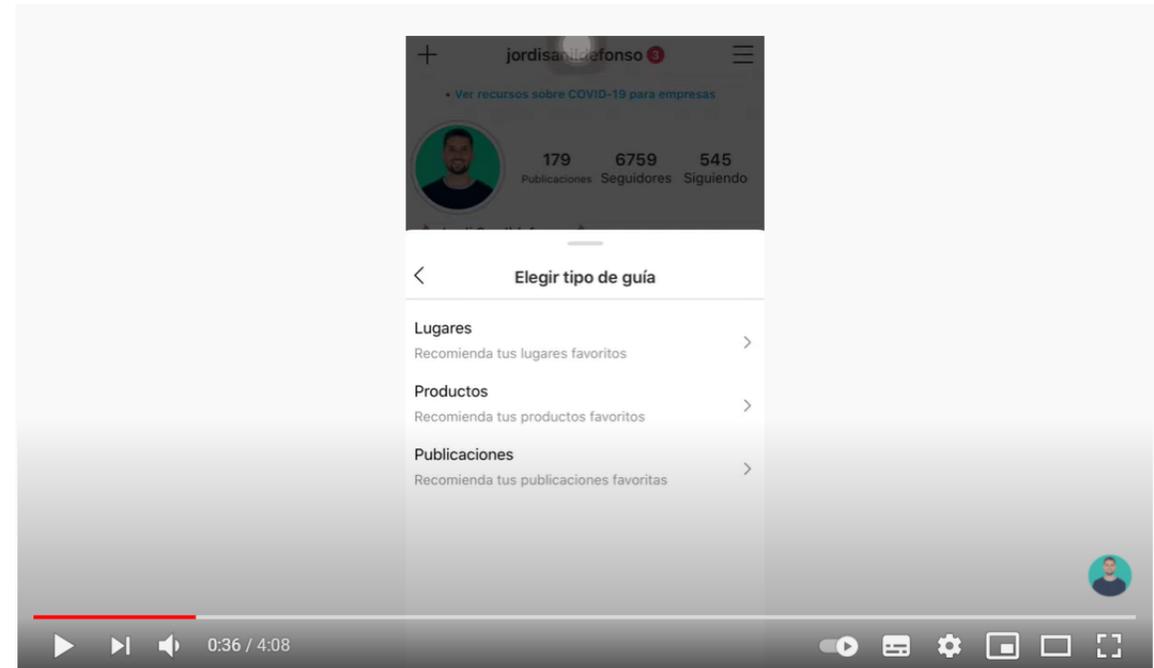


Nuevo tipo de contenido para publicar guías de:

- Lugares
- Productos
- Publicaciones

Una guía permite seleccionar fotos de otros perfiles

Estarán visibles en la pestaña guías de tu perfil

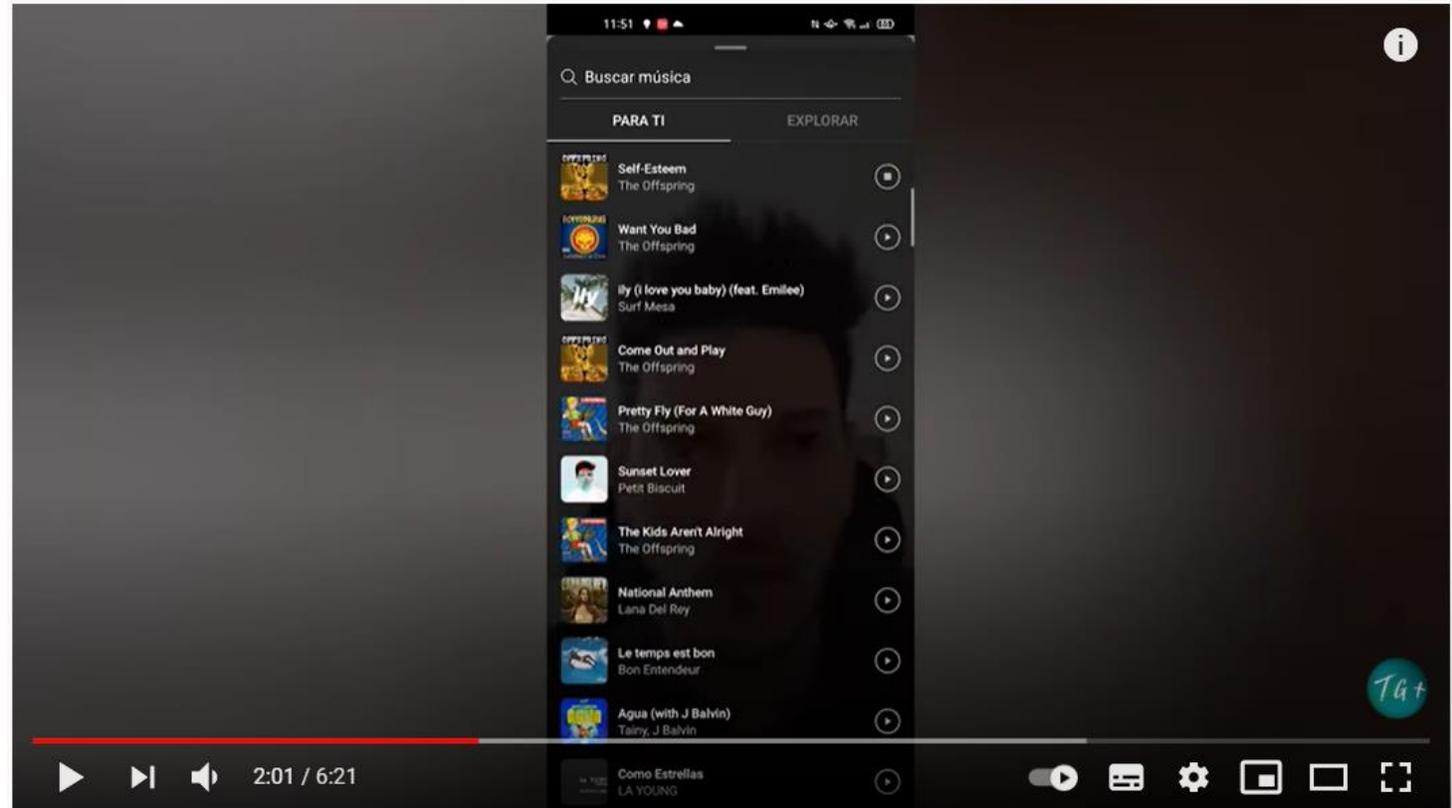


https://www.youtube.com/watch?v=G5tkn56_ZjQ

Reels

Nuevo tipo de contenido para competir con TikTok

- Vídeos cortos (15 segundos)
- Permite añadir música
- Efectos básicos

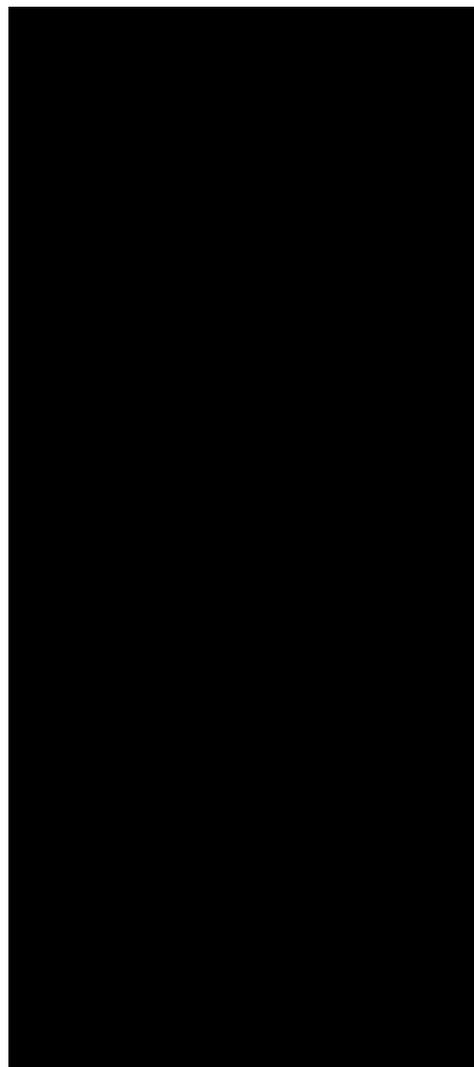


<https://www.youtube.com/watch?v=YVRMqTbybfg>

Vídeo IGTV

Contenido en vídeo (para competir con Youtube)

- Vídeos largos (más de 60 segundos y hasta 60 minutos)
- Vídeos de alta calidad
- Orientación vertical, pensados para ver en una pantalla de móvil

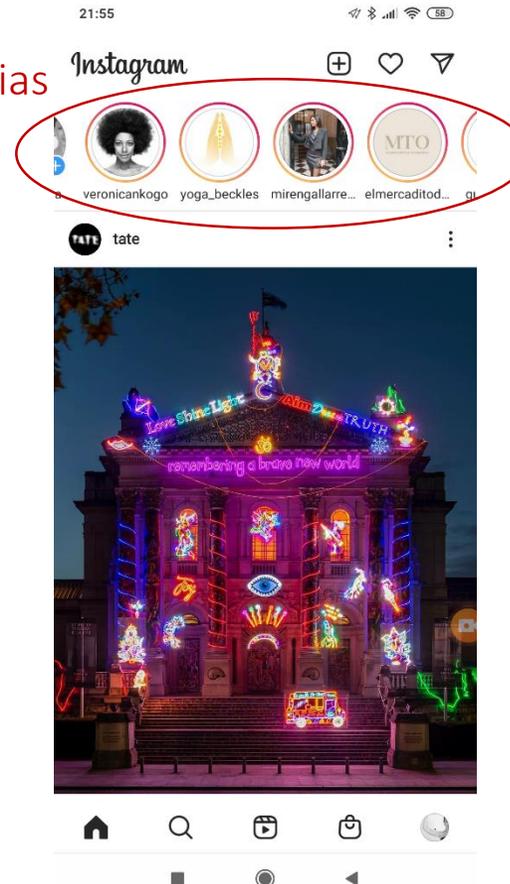




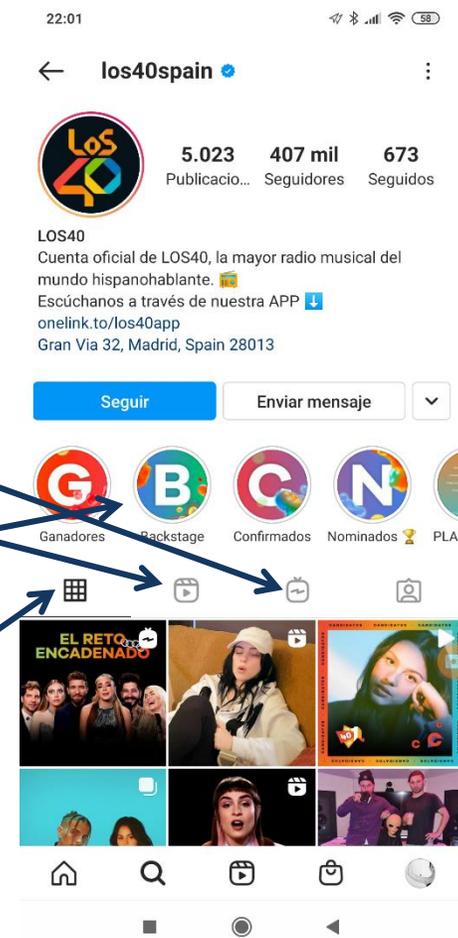
Historias e historias destacadas

- Las “Stories” o historias son contenidos efímeros (duran 24 horas), que aparecen en la parte superior del muro o timeline de tus seguidores.
- Aunque su duración es limitada, su visibilidad es mayor que la de otras publicaciones, ya que aparecen en un lugar destacado.
- Las “historias destacadas”, son historias que eliges destacar, y pasan a formar parte de tu perfil permanentemente.

Historias



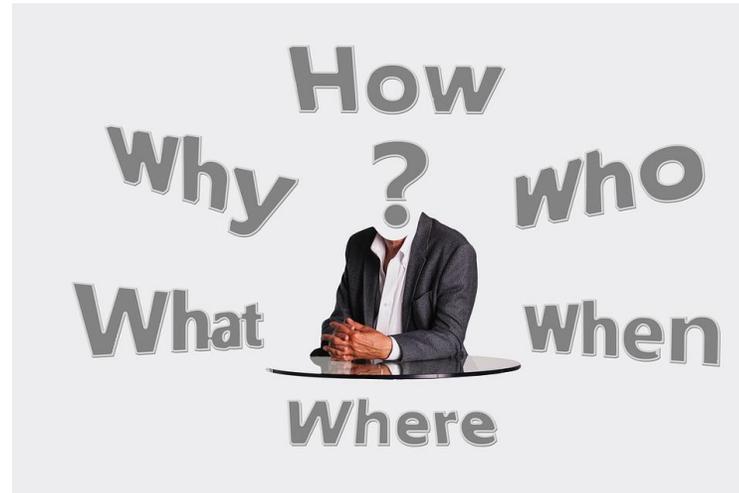
Perfil público profesional



Estrategia de publicación

Define tu público y objetivos

¿A quién quieres llegar?



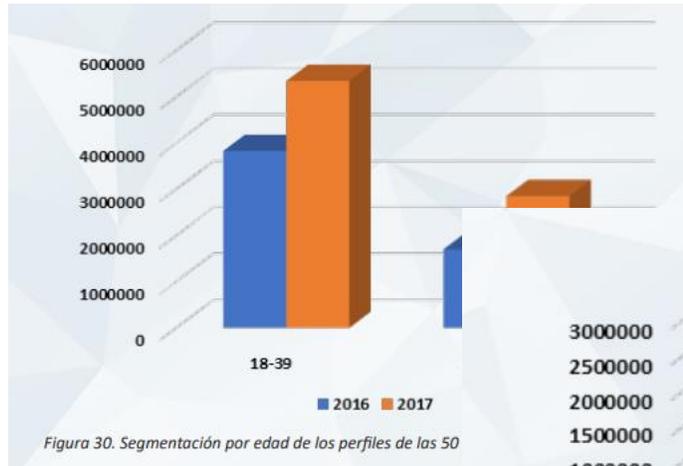
- ¿Has definido tu “buyer persona”?
- ¿Sabes cuáles son los intereses de las personas a las que quieres llegar?
- ¿Están en Instagram?



Define tu público y objetivos

¿A quién quieres llegar?

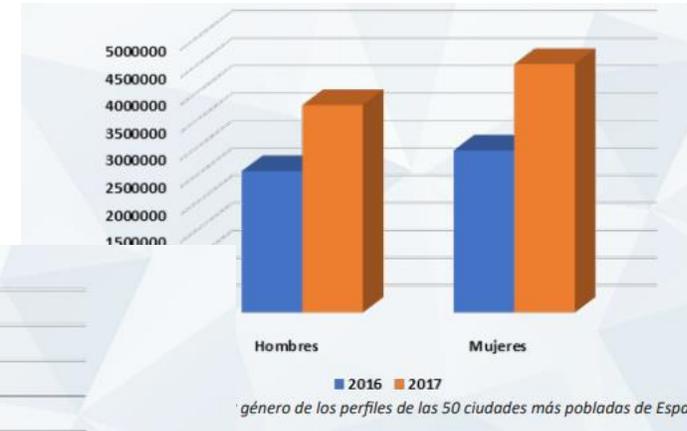
Rango de edad



Nivel de estudios



Género



https://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/Informe_RRSS_2018_The_Social_Media_Family.pdf



Define tus objetivos

Mostrar tu filosofía / cultura interna de la empresa

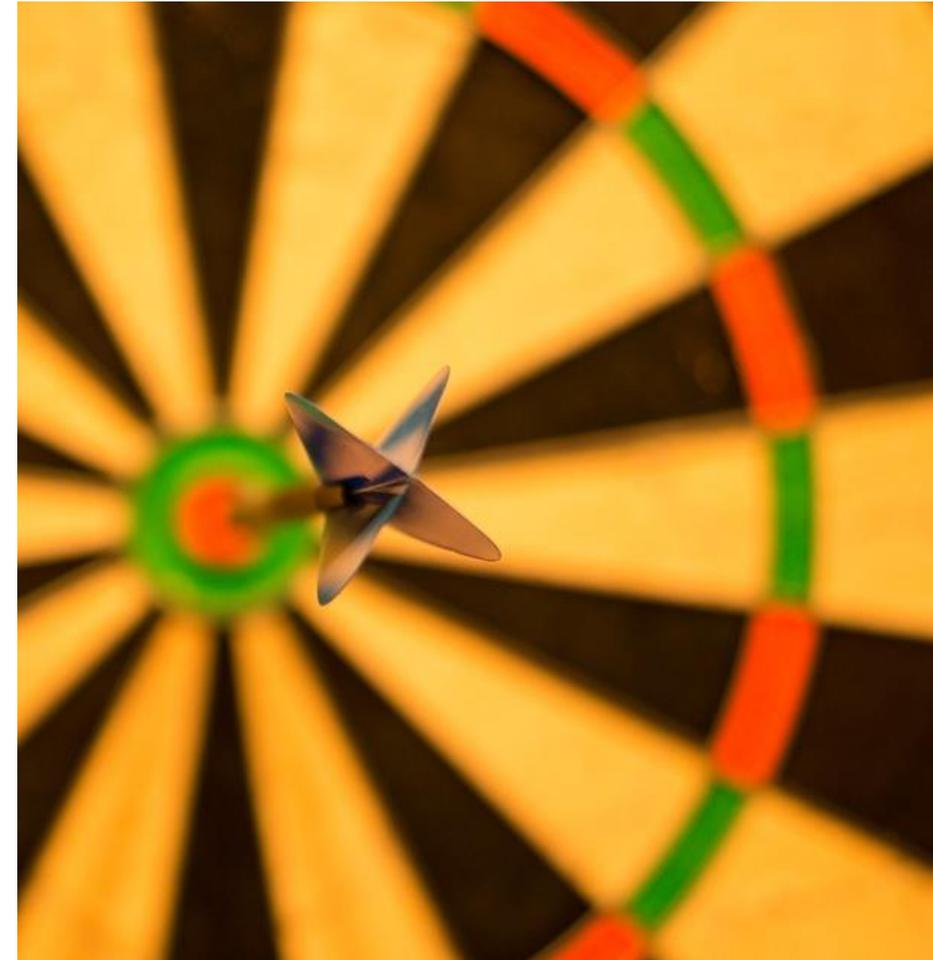
Dar visibilidad a tus empleados / clientes

Generar oportunidades de venta

Dar a conocer tu marca

Generar seguidores / comunidad

.....

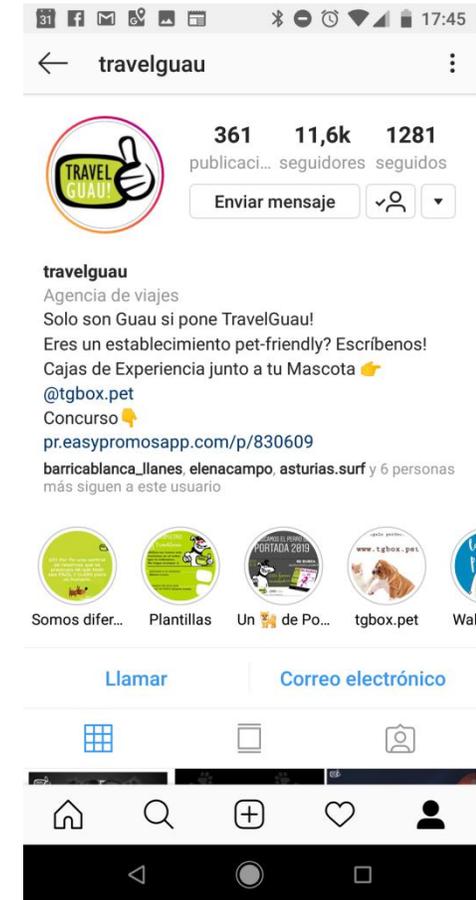


Cuida tu imagen

Revisa y completa la información de tu perfil:

- Foto de perfil.
- Textos descriptivos.
- Datos de contacto.
- Historias destacadas.
- Nombre de Usuario.

empezando por el perfil ...





Cuida tu imagen

... y por supuesto en las publicaciones ...





Cuida tu imagen

... y también cuando interactúas y comentas

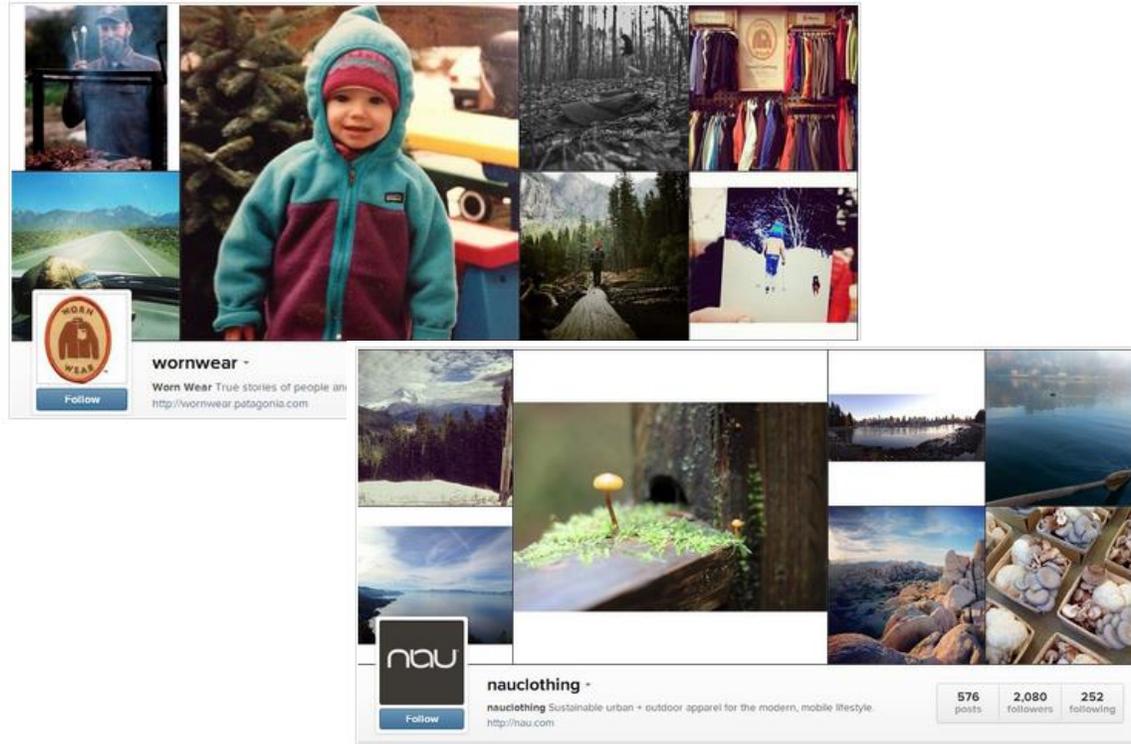
Formas parte de una red social ...

- **Comenta e interactúa** con las publicaciones de **tu comunidad**.
- Responde y agradece los comentarios que hagan en las tuyas.
- **Evita temas** que puedan ser **delicados u ofensivos** para quienes te siguen.

Trata de aumentar el engagement

Por lo general, las cuentas empresariales en Instagram con mayor engagement son aquellas cuyas fotografías **son personales y humanizadas**.

Es decir, aquellas con las que su público puede **conectar emocionalmente**



Aumenta el engagement

- Enseña tu producto
- Cómo se hace
- Usos alternativos
- Aporta información
- Tu cara humana
- Estacionalidad
- Cómo usar

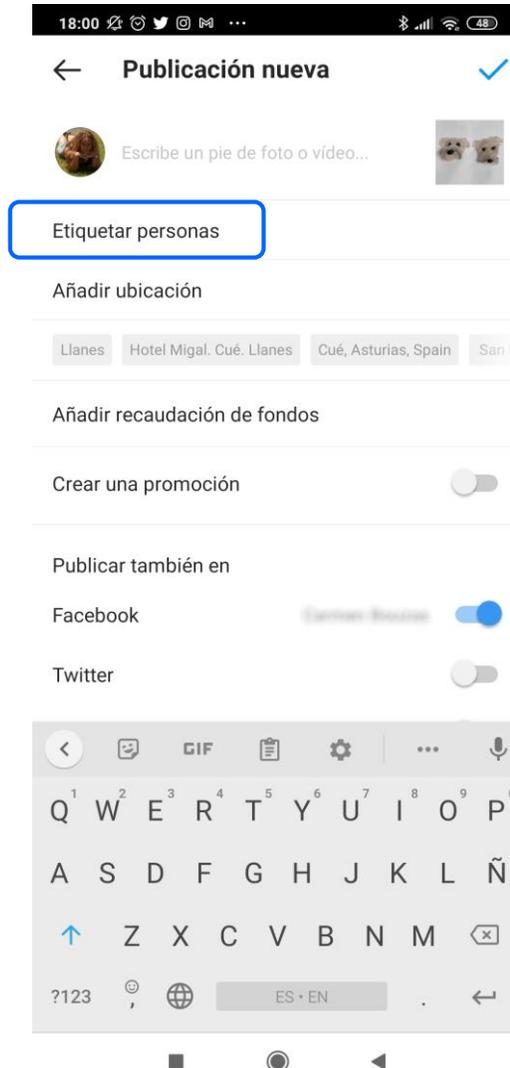


Menciones y etiquetas

Como casi toda red social, es posible **mencionar o etiquetar** a otras cuentas con su **@nombredeusuario**.

Esto debe realizarse con prudencia, sólo cuando queramos mencionar al perfil para agradecer, saludar, etc.

Evita utilizarlo de manera que pueda ser molesta para la persona mencionada



Averigua la mejor hora para publicar



Las horas de publicación son relevantes.

Los datos oficiales aseguran que la mejor hora de publicación son los miércoles entre las 17 y 18 horas, pero **debes averiguar tu mejor horario en base a los patrones de uso de tu público objetivo**, sobre todo desde que el algoritmo de Instagram elige qué mostrar a cada usuario.

Recuerda que **una foto de Instagram tiene más posibilidades de ser vista durante las 3 ó 4 primeras horas de su publicación.**

Interactúa, sigue, participa

Interactúa siguiendo a otras personas/cuentas que pueden ser relevantes o de interés, indicando que te gustan sus fotos y comentando. Dedica tiempo todos los días a esta tarea.



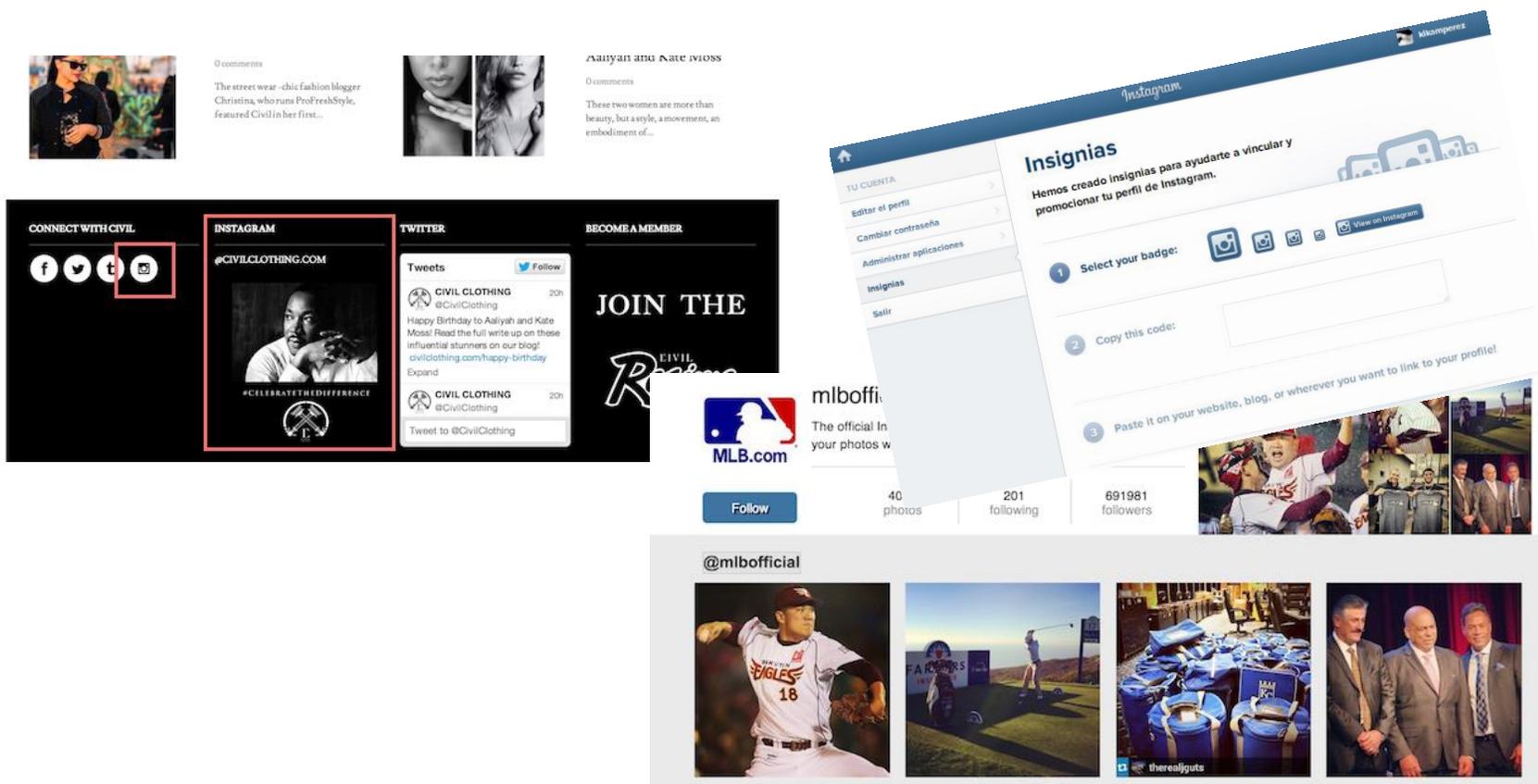
¿Responder a los comentarios negativos?

Como en todas redes sociales, habrá comentarios positivos, negativos, falsos y verdaderos. ¿qué hacer? Aquí tienes unas sugerencias.

- Positivo + Falso = Responder
- Positivo + Verdadero = **Escuchar** o **Responder**
- Negativo + No es una provocación + Broma/enojo = **Escuchar**
- Negativo + No es una provocación + No es una broma/enojo + Información errónea = **Responder**
- Negativo + No es una provocación + No es una broma/enojo + No es información errónea + Insatisfacción = **Responder**
- Negativo + No es una provocación + No es una broma/enojo + No es información errónea + No es insatisfacción = **Escuchar**

Da a conocer tu perfil

Promociona la cuenta **desde tu web utilizando widgets** de Instagram y también dando a conocer la cuenta desde otras redes sociales.



The collage illustrates various ways to promote a social media profile. It features a website snippet for 'CIVIL CLOTHING' with social media icons, a Twitter feed for 'CIVIL CLOTHING', an Instagram profile for 'mlbofficial', and an Instagram 'Insignias' (badges) creation screen.

Crea un calendario de publicaciones

- Haz un programa o calendario de publicaciones
 - Frecuencia
 - Horas del día a las que publicarás
 - Tipo de contenidos y temáticas
 - Hashtags principales



Los #Hashtags



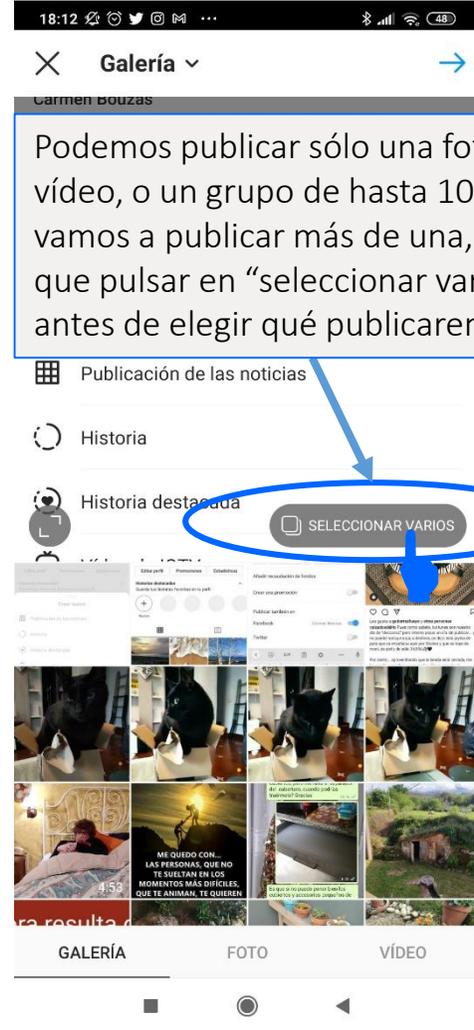
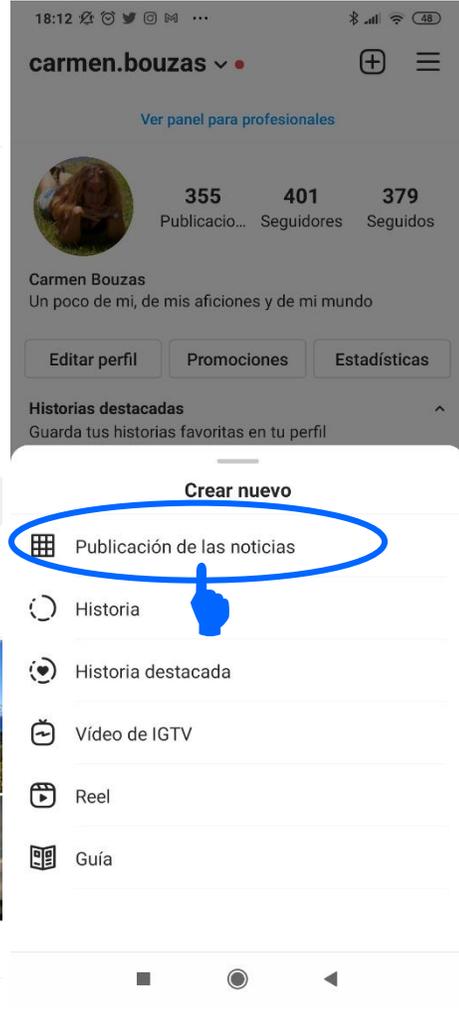
Los hashtags



- El **uso adecuado de hashtags** es muy importante para la visibilidad de tus publicaciones
- Se pueden emplear **hasta 30 hashtags** por publicación.
- **No uses los mismos** en el mismo orden **en todas las publicaciones**: se podría considerar spam. Personaliza a cada publicación.
- Cuidado con emplear los hashtags en la descripción de la imagen, ya que dificultan la lectura del texto.

Publicar contenidos

Publicar contenidos: noticias

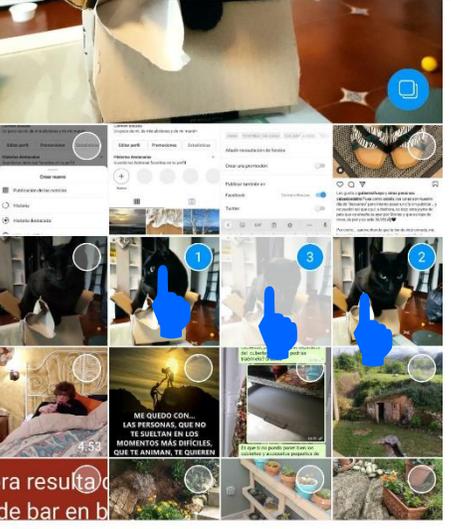
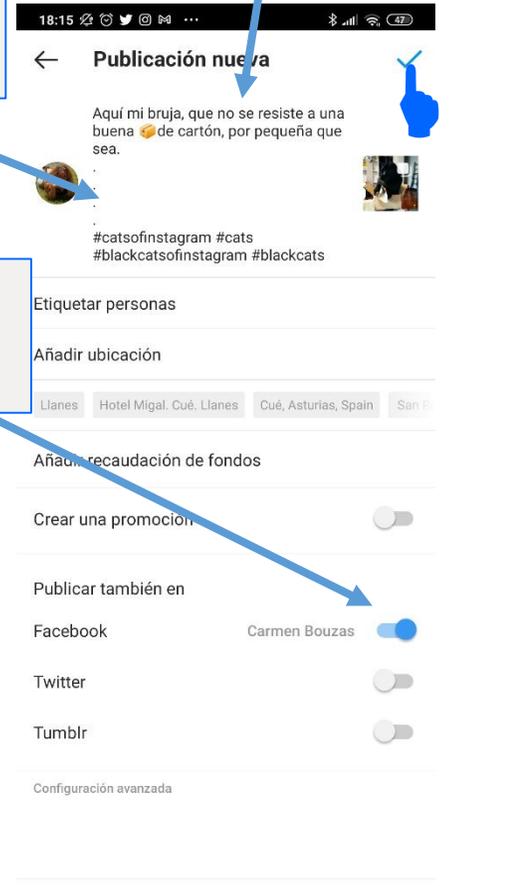


Podemos separar los hashtags del mensaje usando punto y aparte

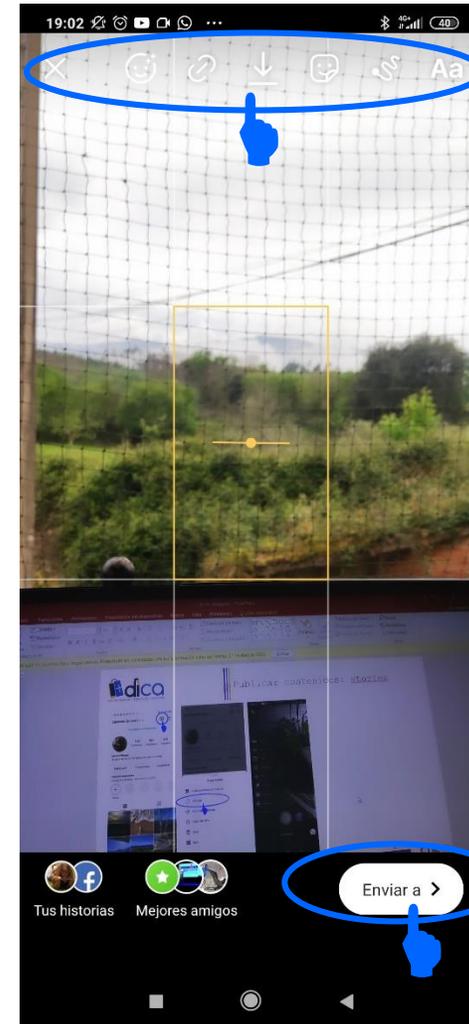
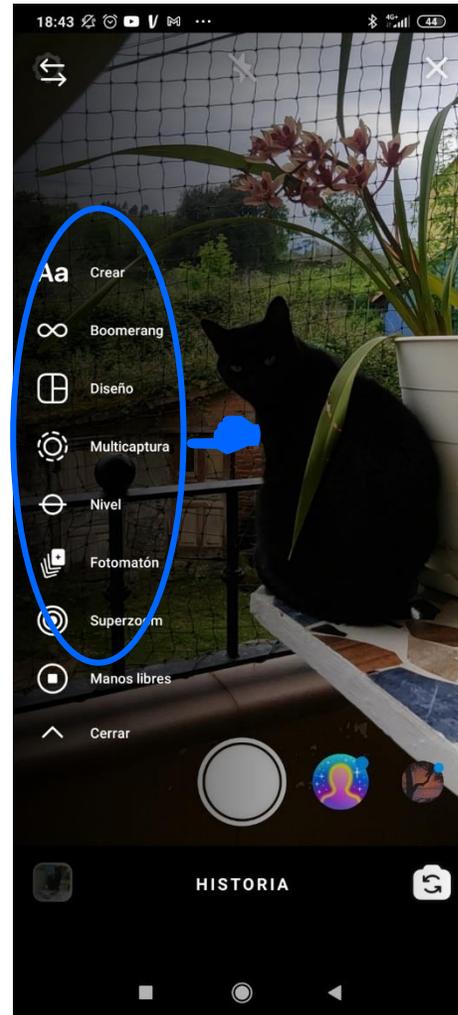
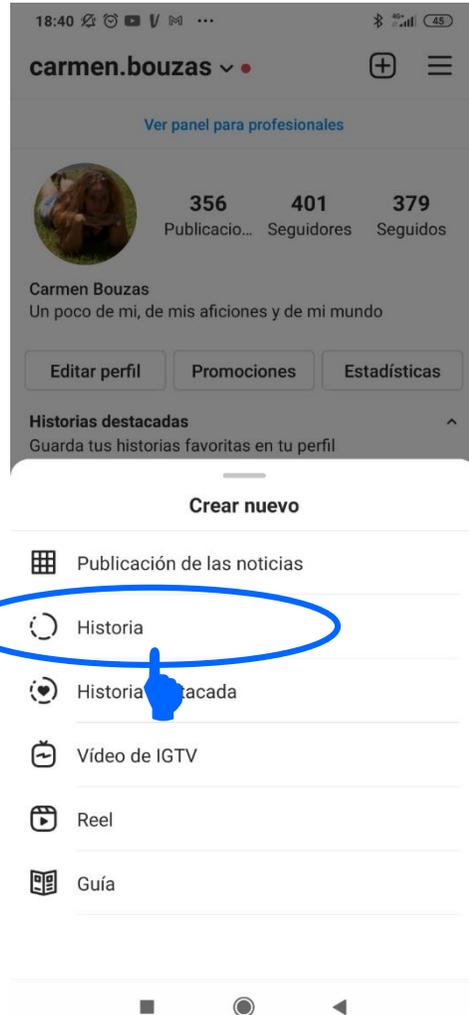
Podemos publicar sólo una foto o vídeo, o un grupo de hasta 10. Si vamos a publicar más de una, hay que pulsar en "seleccionar varias" antes de elegir qué publicaremos

También podemos publicar simultáneamente en otras redes sociales.

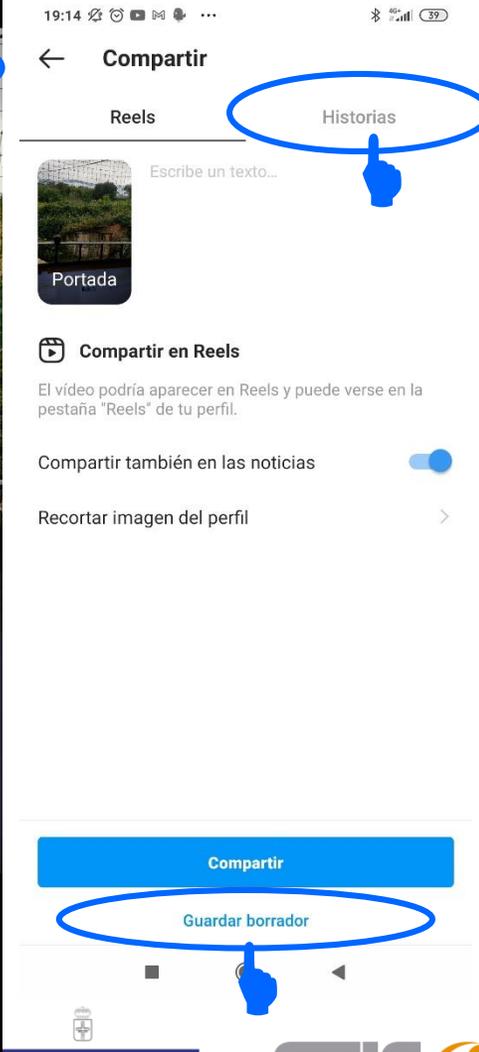
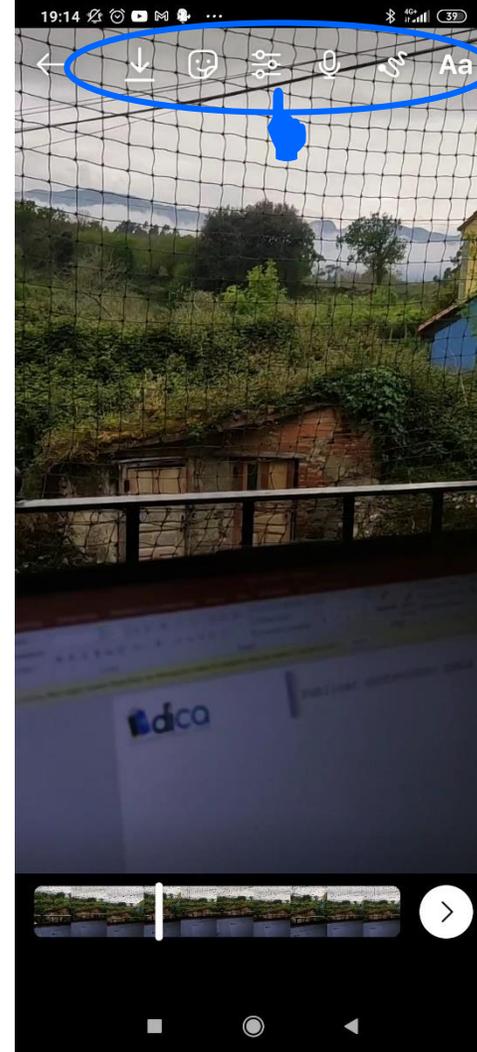
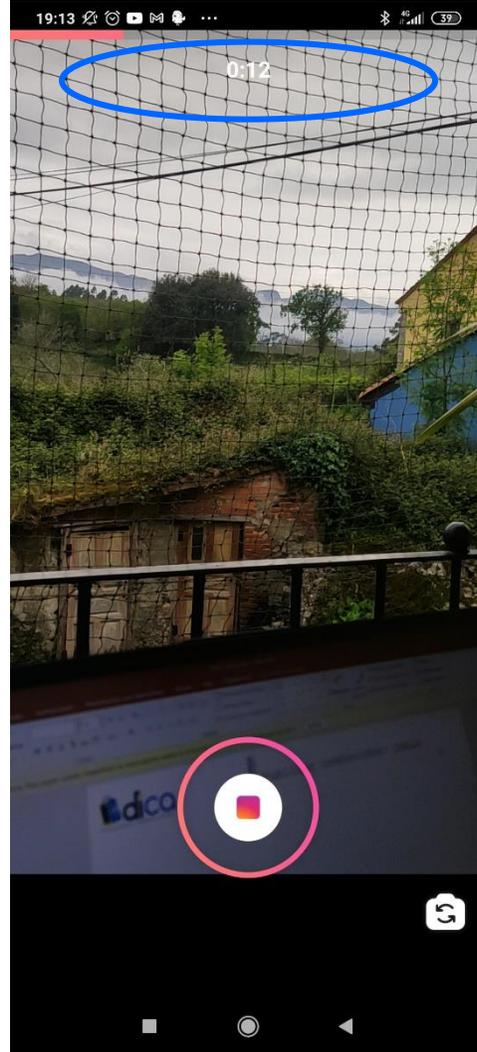
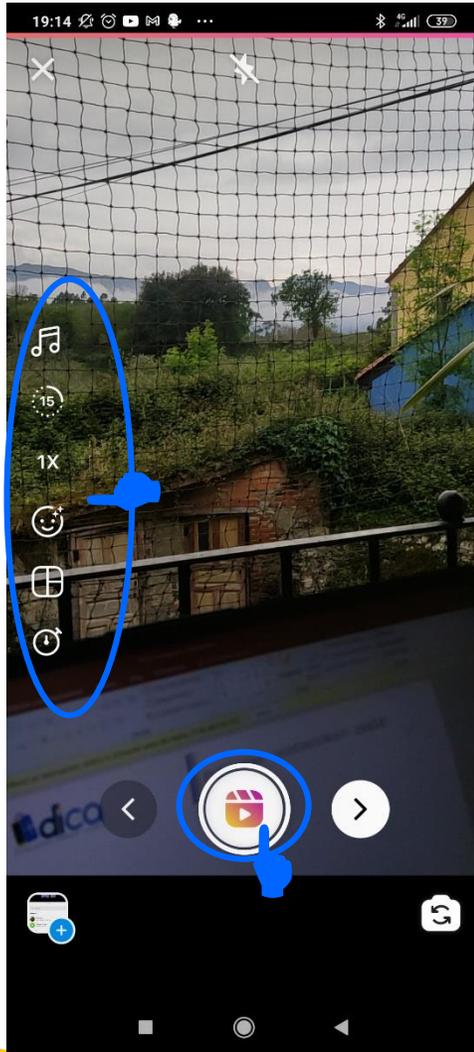
Escribimos la descripción de la imagen.



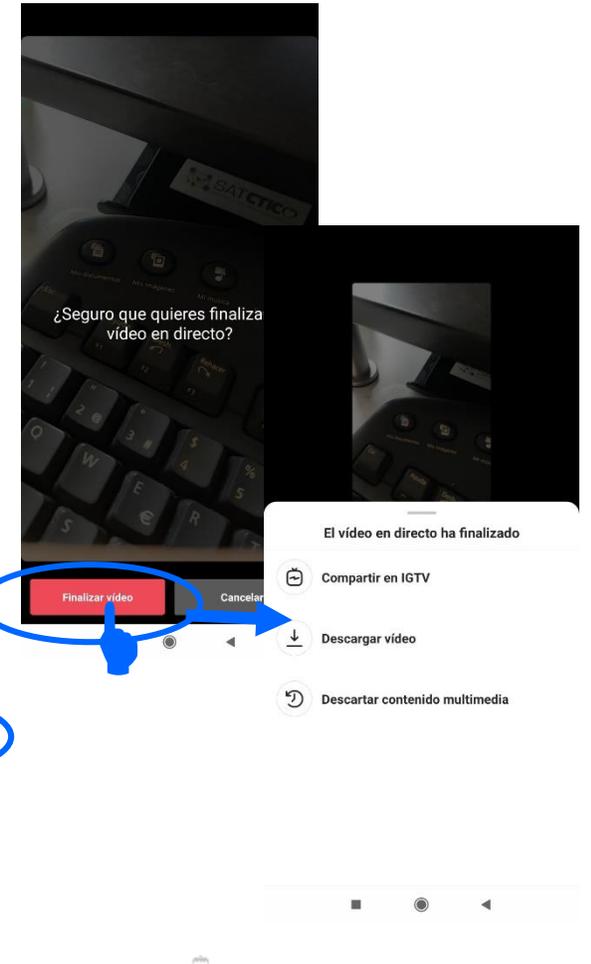
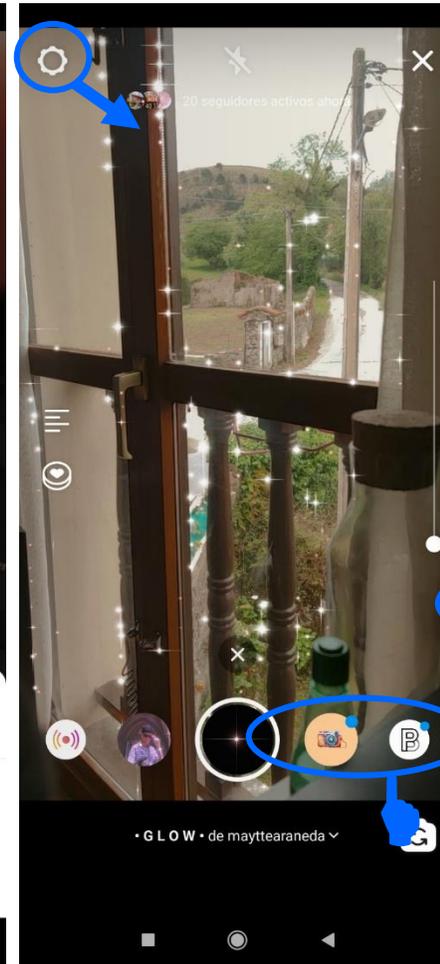
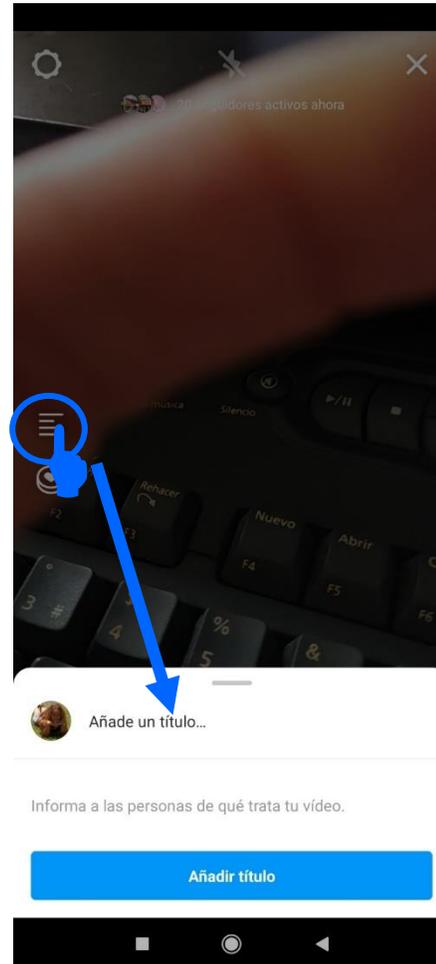
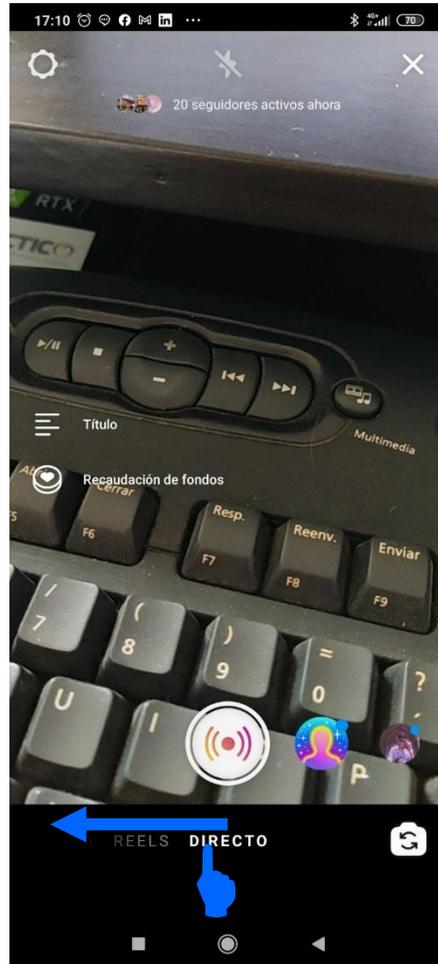
Publicar contenidos: stories



Publicar contenidos: reels



Publicar Contenidos: Directos



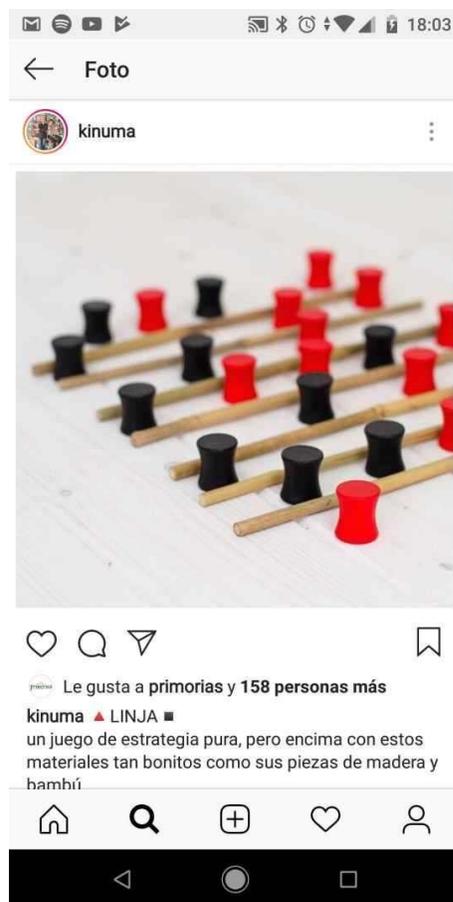
¿Qué publicar? Algunas ideas.

Tipo de posts

Gastronomía



Centrado en el producto ...



... o en el usuario



Tipo de posts

Motivacionales



La vida del equipo



La actividad de la empresa que los clientes no ven



Eventos



Tipo de posts

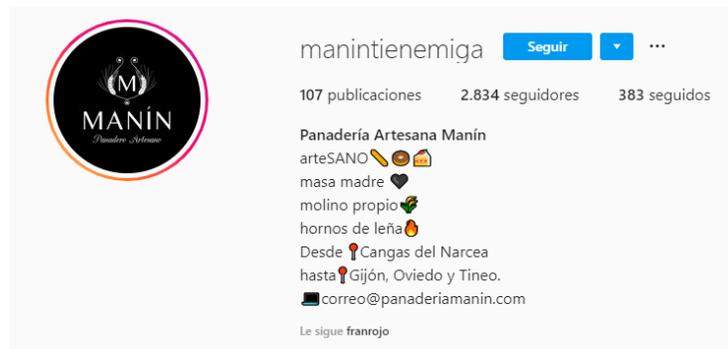
Sorteos o concursos



Tips para hacer crecer tu Instagram de manera orgánica

1. Cuida tu biografía

- Redacta y cuida la manera en la que te presentas, ya que los usuarios irán a tu “bio” para elegir seguirte o no.
- Piensa qué es más importante destacar para llegarle a tu cliente objetivo.
- Utiliza emoticonos





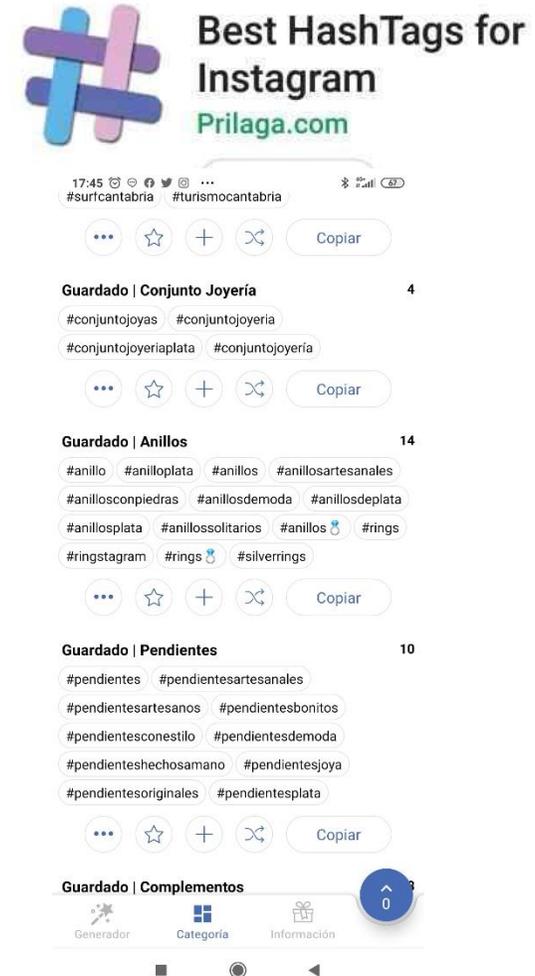
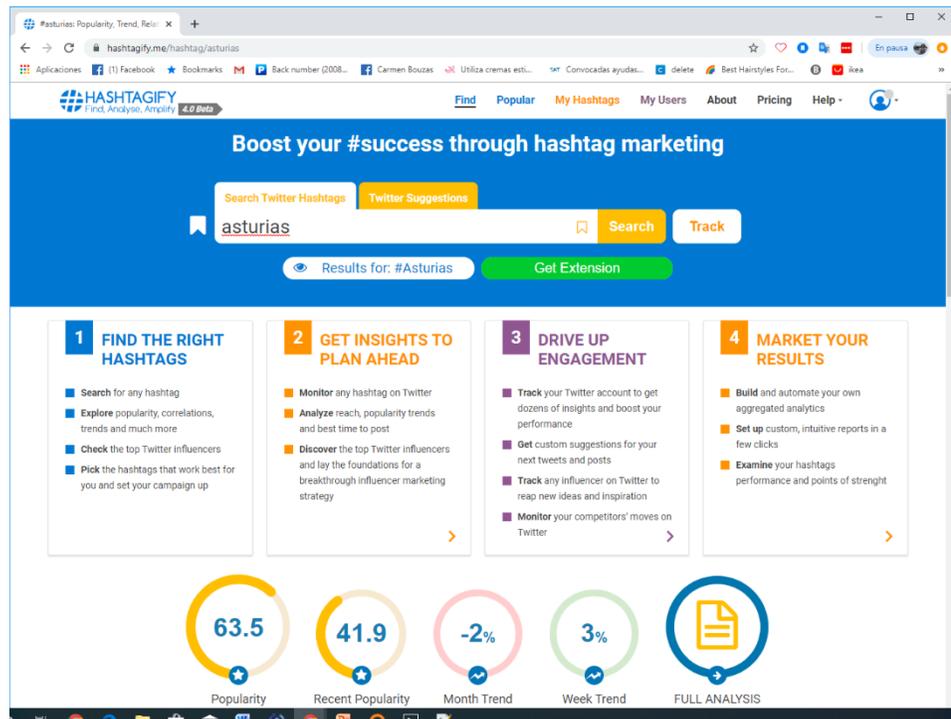
2. Publica con regularidad

- Publicando con regularidad contenido de interés para tu audiencia objetivo (lento pero seguro).



3. Selecciona bien los Hashtags

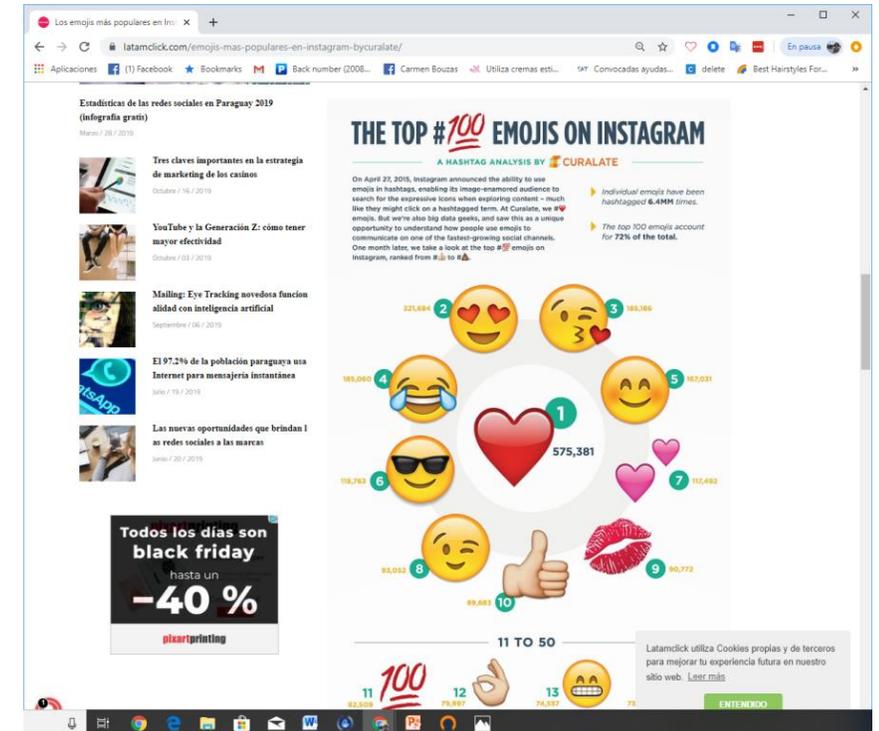
- Los hashtags son clave para llegar a más público.
- Se pueden realizar búsquedas por hashtags, seguir hashtags, etc.
- Ayúdate de herramientas.



4. Utiliza emoticonos

En la biografía | en los textos | en los hashtags

- El 50% de los textos que se incluyen en Instagram incluyen emoticonos.
- Se pueden utilizar también en los hashtags.
- También es posible hacer búsquedas de emoticonos, para ver las publicaciones que contienen ese emoticono concreto formando parte de algún hashtag.
- Se pueden seguir hashtags.
- <https://www.trecebits.com/2019/09/09/asi-se-emplean-los-hashtags-y-los-emojis-en-instagram/>



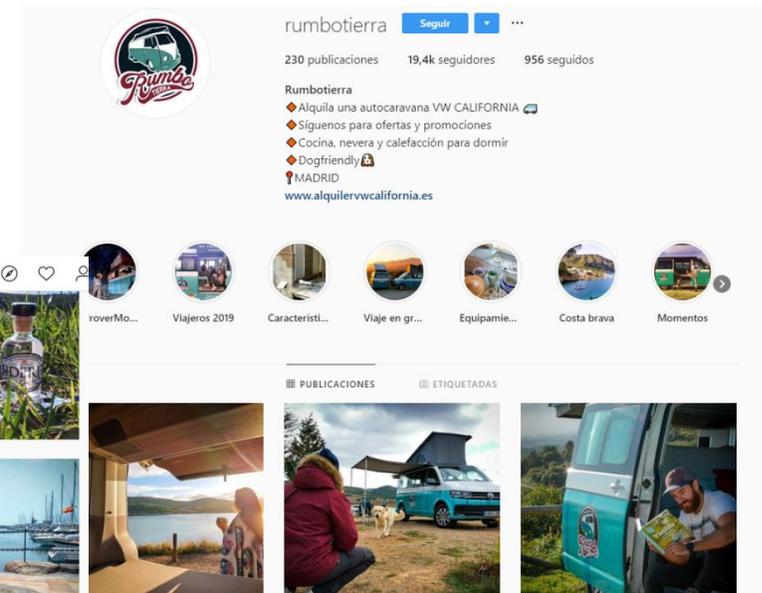
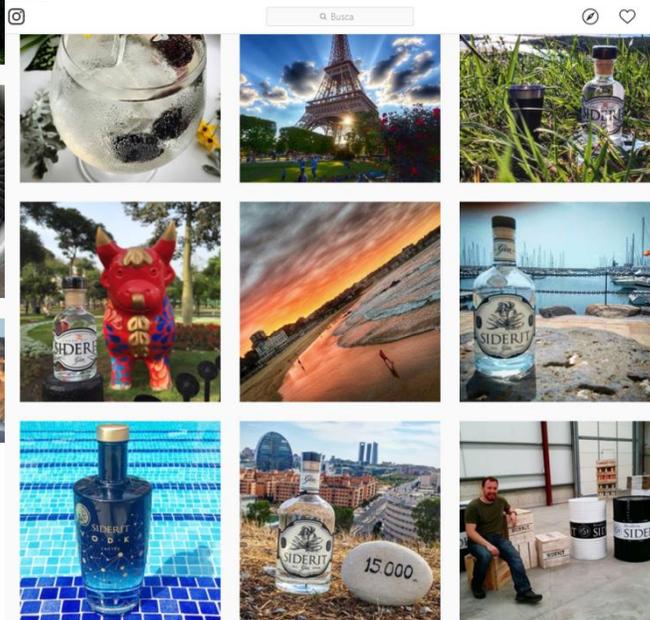
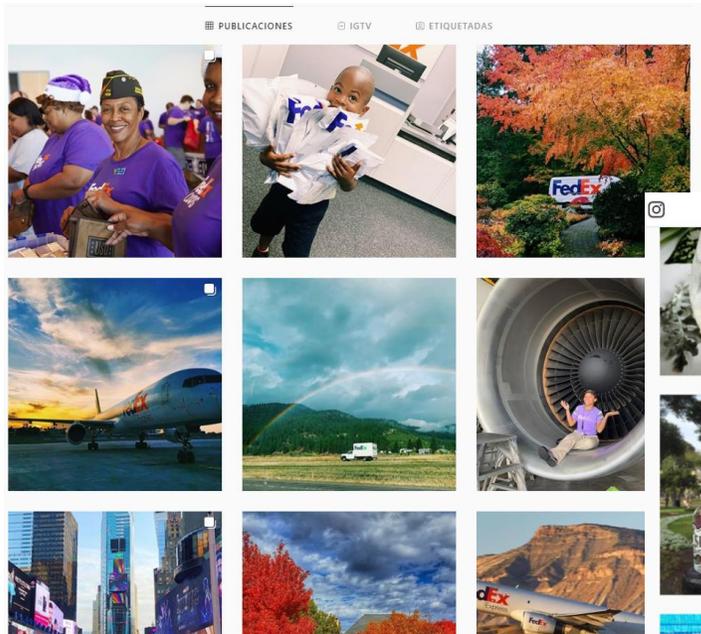


5. Sorteos y promociones

- Los sorteos y promociones suelen dar buenos resultados en Instagram para ganar seguidores.
- No es necesario dar premios muy grandes.
- Existen apps específicas para gestionar los sorteos, pero no son obligatorias.
 - Elige una imagen, o conjunto de imágenes o vídeo atractivo.
 - Describe bien la mecánica (que sea sencilla, si complicas mucho la tarea, tendrás poca participación).
 - Hashtags!
- Aunque Instagram no permite compartir publicaciones, una buena estrategia es pedir que se mencione a otros usuarios, para que tu publicación llegue a más personas.
- No olvides las **promociones cruzadas**. Invitar desde otras redes sociales a seguirnos en Instagram.

6. Céntrate en un tema: crea tu estilo

- Puedes centrarte en un único tema, un estilo o un aspecto de interés relacionado con tu servicio o producto.
- Ayuda a que quienes te siguen puedan identificar ese estilo.

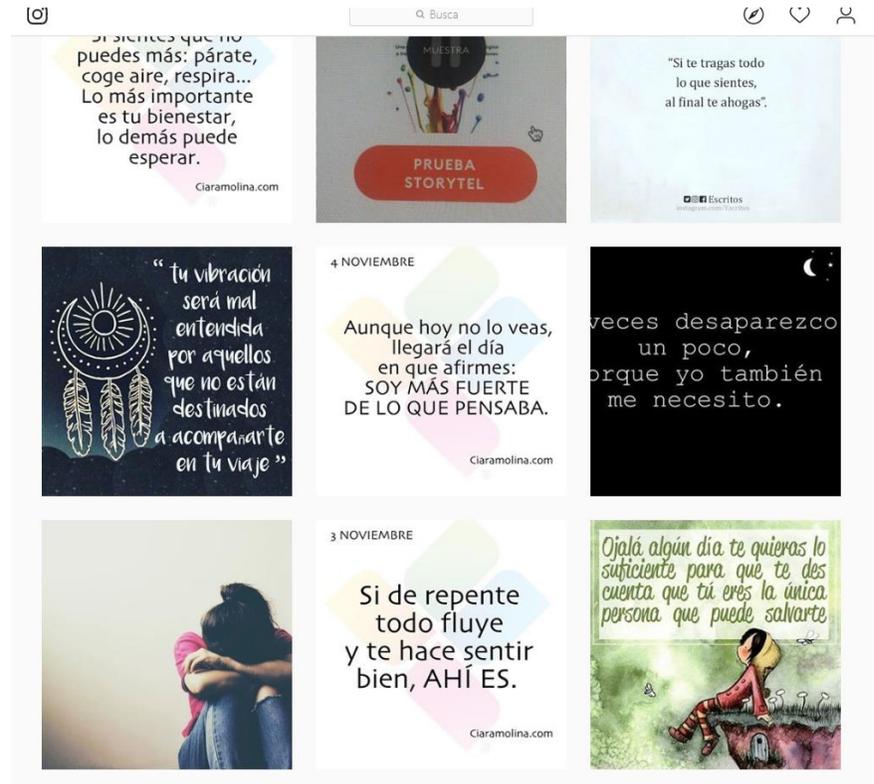


7. Busca asociaciones y alianzas con otras personas o cuentas

- Alíate con otras cuentas o perfiles que tengan un público objetivo afín al tuyo, que ofrezcan servicios o productos complementarios, etc.
- No te limites a Instagram, aprovecha también otras redes.

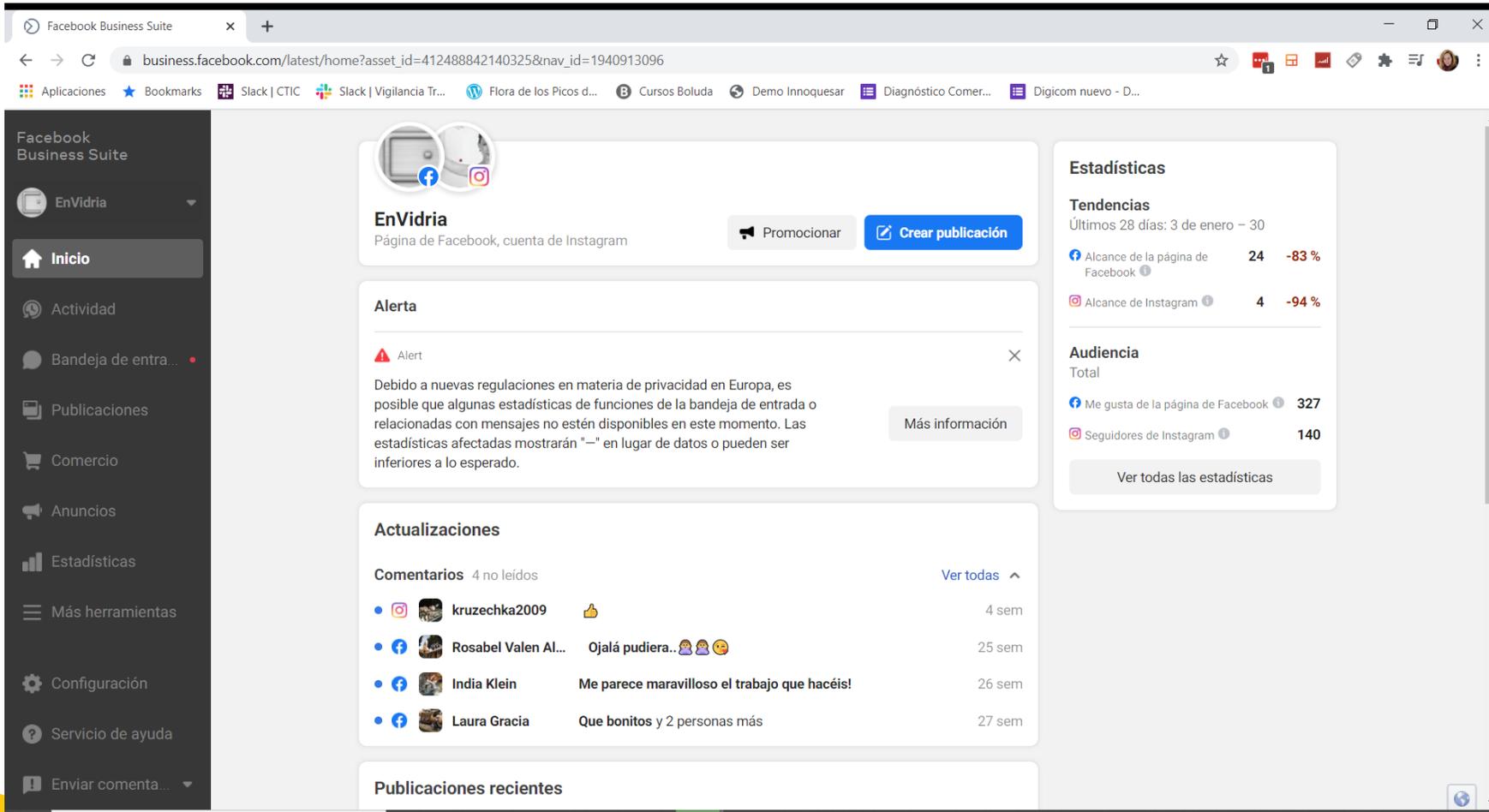
8. Crea tus propios gráficos con slogans o citas

- Crea tus propias imágenes con citas, mensajes o slógans
- Incluye tu logo en marca de agua



Cómo programar publicaciones Facebook Business Suite

Programar publicaciones

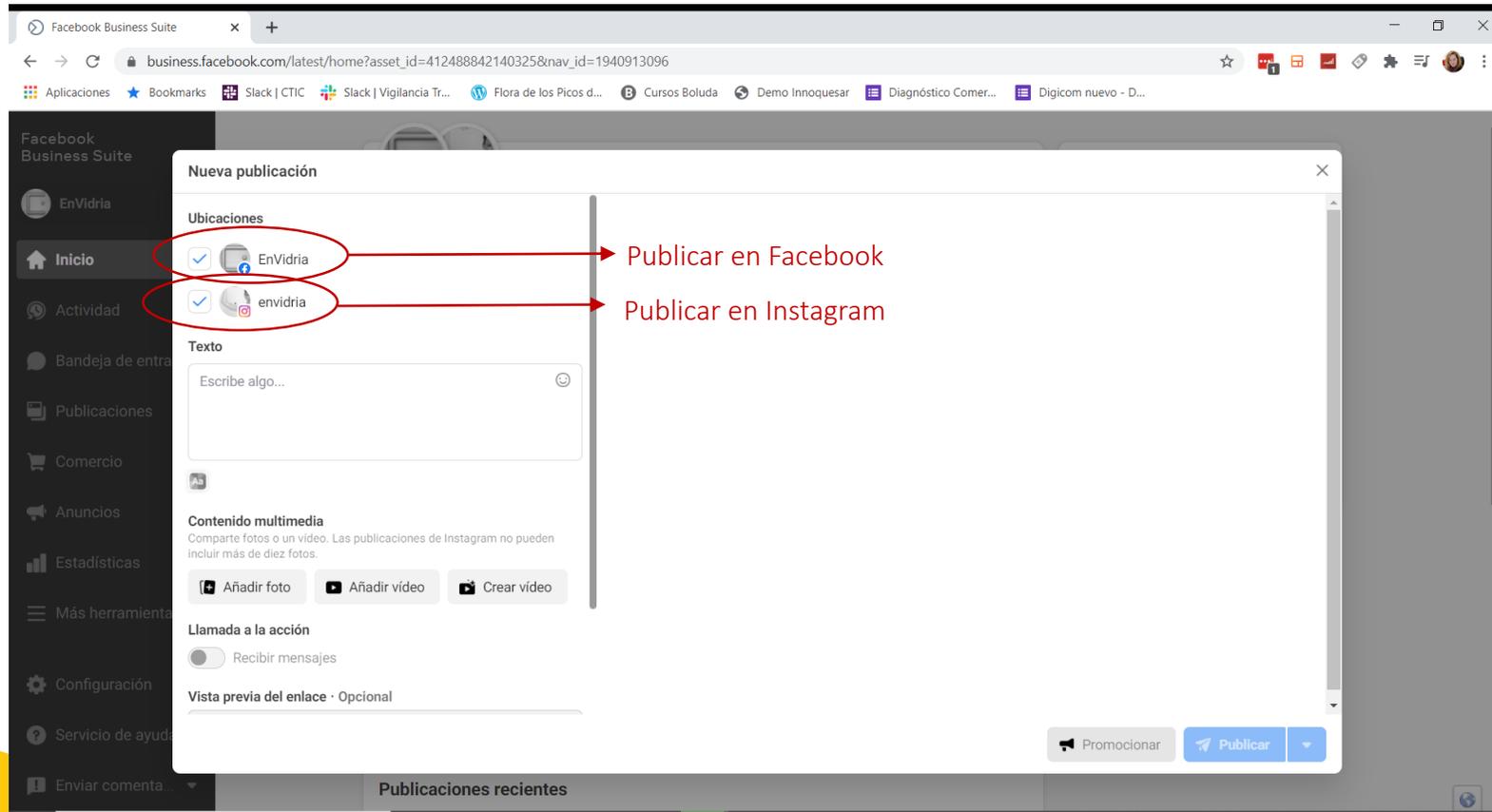


The screenshot shows the Facebook Business Suite interface for the 'EnVidria' page. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Actividad, Bandeja de entrada, Publicaciones, Comercio, Anuncios, Estadísticas, Más herramientas, Configuración, Servicio de ayuda, and Enviar comentario. The main content area is divided into three sections: 1. Page header for 'EnVidria' (Página de Facebook, cuenta de Instagram) with 'Promocionar' and 'Crear publicación' buttons. 2. 'Alerta' section with a warning icon and text: 'Debido a nuevas regulaciones en materia de privacidad en Europa, es posible que algunas estadísticas de funciones de la bandeja de entrada o relacionadas con mensajes no estén disponibles en este momento. Las estadísticas afectadas mostrarán "-" en lugar de datos o pueden ser inferiores a lo esperado.' with a 'Más información' button. 3. 'Actualizaciones' section with 4 comments: 'kruzechka2009' (4 sem), 'Rosabel Valen Al...' (25 sem), 'India Klein' (26 sem), and 'Laura Gracia' (27 sem). The right sidebar shows 'Estadísticas' for 'Tendencias' (últimos 28 días: 3 de enero - 30) with a table of reach data and 'Audiencia' (Total) with 327 likes and 140 followers. A 'Ver todas las estadísticas' button is at the bottom.

Métrica	Valor	Cambio
Alcance de la página de Facebook	24	-83 %
Alcance de Instagram	4	-94 %

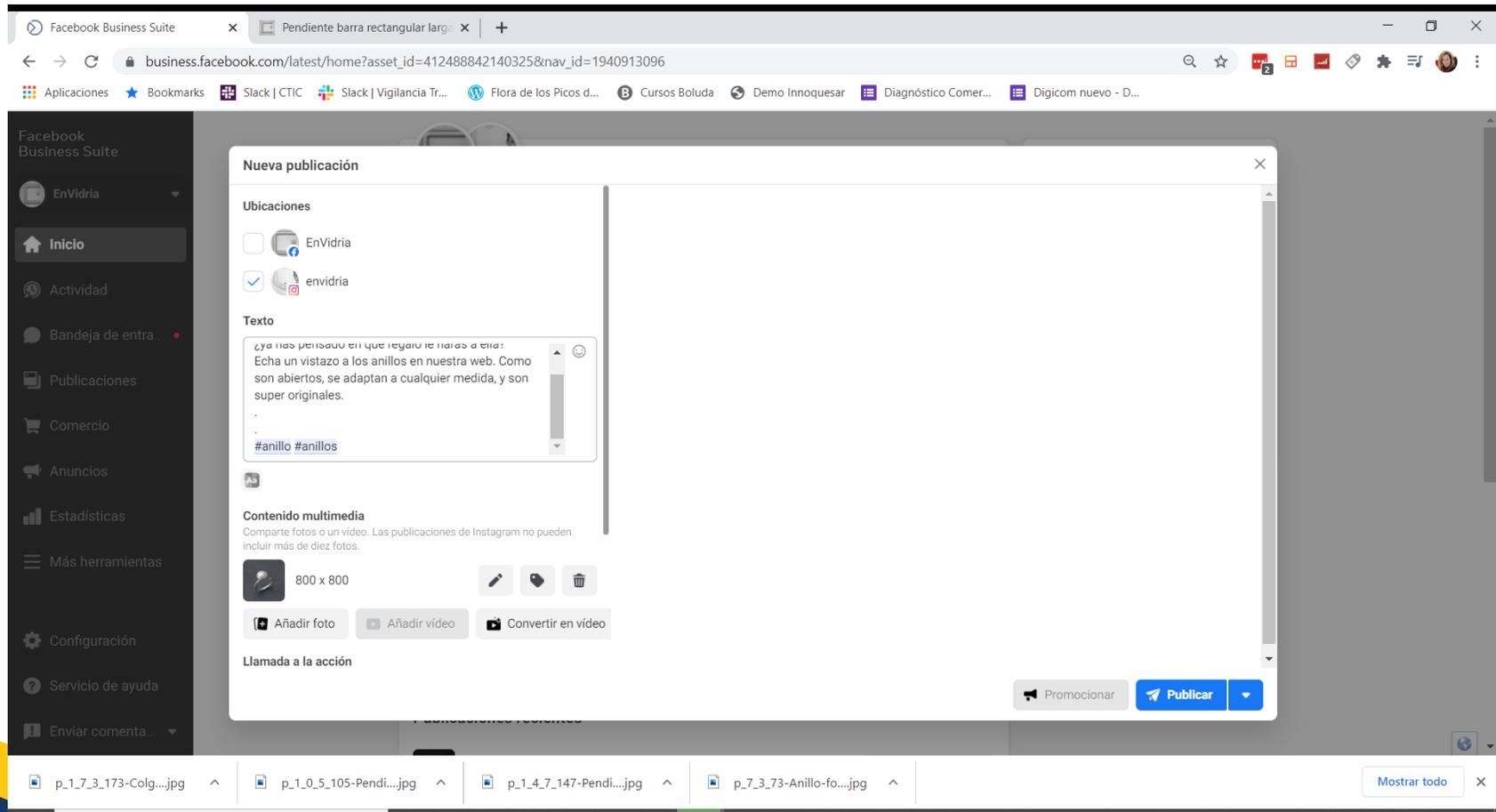
Métrica	Valor
Me gusta de la página de Facebook	327
Seguidores de Instagram	140

Programar publicaciones



Podemos programar la misma publicación para ambas redes a la vez, aunque es más recomendable personalizar el contenido y publicación a una red concreta.

Programar publicaciones



Facebook Business Suite

Pendiente barra rectangular larg...

business.facebook.com/latest/home?asset_id=412488842140325&nav_id=1940913096

Aplicaciones Bookmarks Slack | CTIC Slack | Vigilancia Tr... Flora de los Picos d... Cursos Boluda Demo Innoquesar Diagnóstico Comer... Digicom nuevo - D...

Nueva publicación

Ubicaciones

EnVidria

envidria

Texto

¿Ya has pensado en que regalo te harás a ti/a?
Echa un vistazo a los anillos en nuestra web. Como son abiertos, se adaptan a cualquier medida, y son super originales.

#anillo #anillos

Contenido multimedia

Comparte fotos o un video. Las publicaciones de Instagram no pueden incluir más de diez fotos.

800 x 800

Añadir foto Añadir vídeo Convertir en vídeo

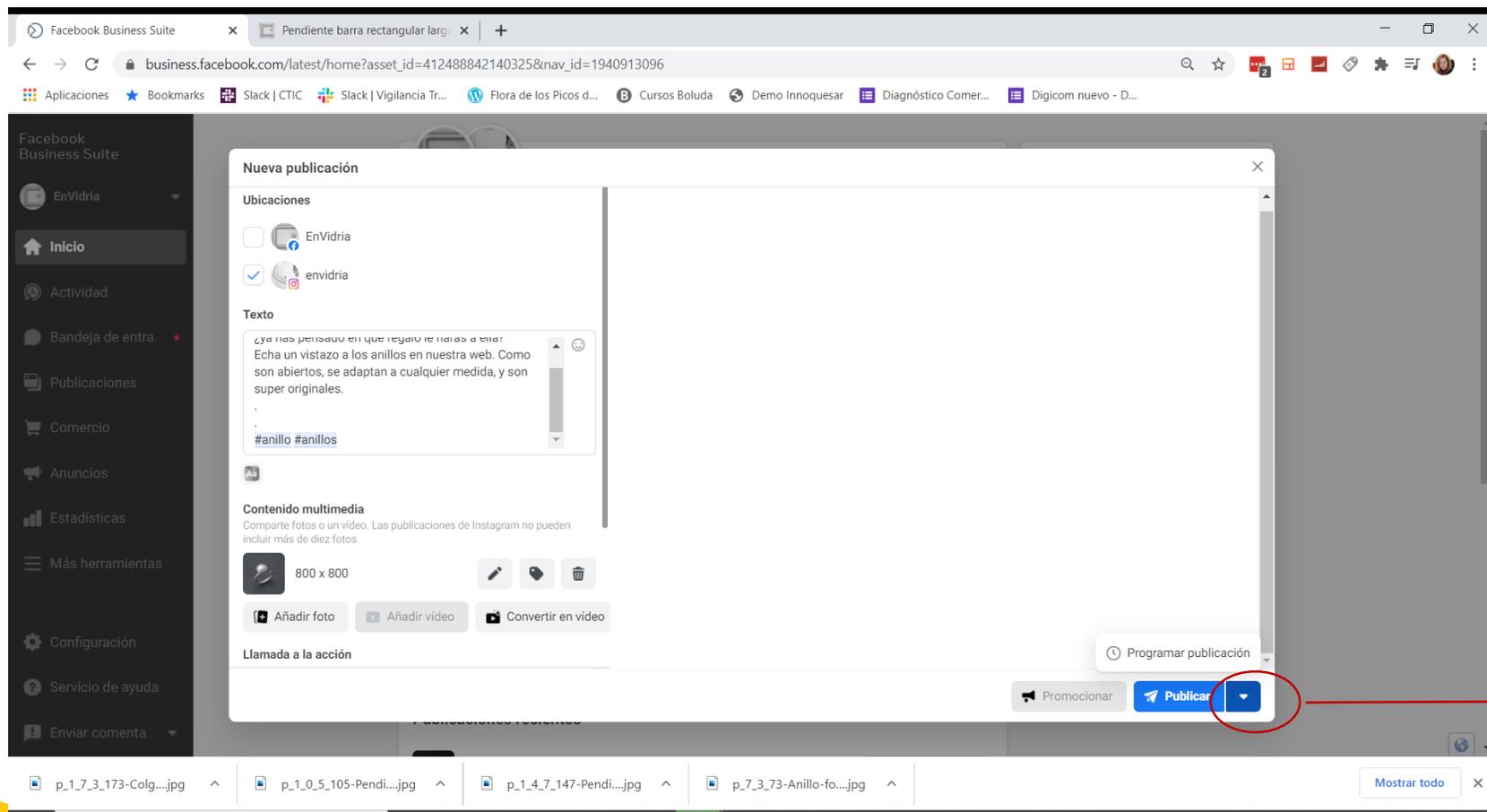
Llamada a la acción

Promocionar Publicar

p_1_7_3_173-Colg...jpg p_1_0_5_105-Pendi...jpg p_1_4_7_147-Pendi...jpg p_7_3_73-Anillo-fo...jpg

Mostrar todo

Creamos la publicación, con texto, la imagen o imágenes que queramos, los hashtags, etc.



Facebook Business Suite

Pendiente barra rectangular larg...

business.facebook.com/latest/home?asset_id=412488842140325&nav_id=1940913096

Aplicaciones Bookmarks Slack | CTIC Slack | Vigilancia Tr... Flora de los Picos d... Cursos Boluda Demo Innoquesar Diagnóstico Comer... Digicom nuevo - D...

Facebook Business Suite

EnVidria

Inicio

Actividad

Bandeja de entra...

Publicaciones

Comercio

Anuncios

Estadísticas

Más herramientas

Configuración

Servicio de ayuda

Enviar comenta...

Nueva publicación

Ubicaciones

EnVidria

envidria

Texto

¿Ya has pensado en que regalo te harías a ti...
Echa un vistazo a los anillos en nuestra web. Como son abiertos, se adaptan a cualquier medida, y son super originales.

#anillo #anillos

Contenido multimedia

Comparte fotos o un video. Las publicaciones de Instagram no pueden incluir más de diez fotos.

800 x 800

Añadir foto Añadir video Convertir en video

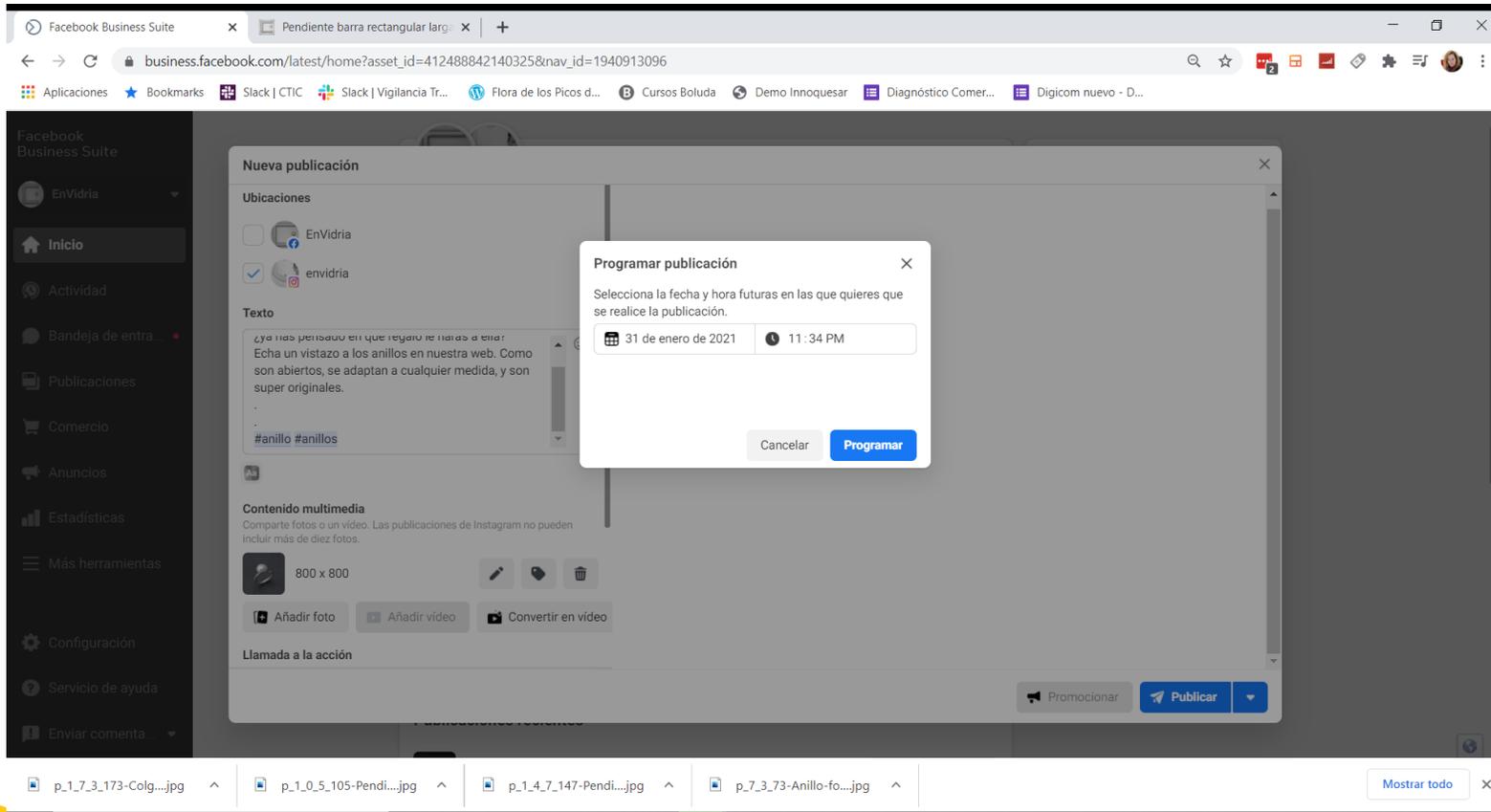
Llamada a la acción

Programar publicación

Promocionar Publicar

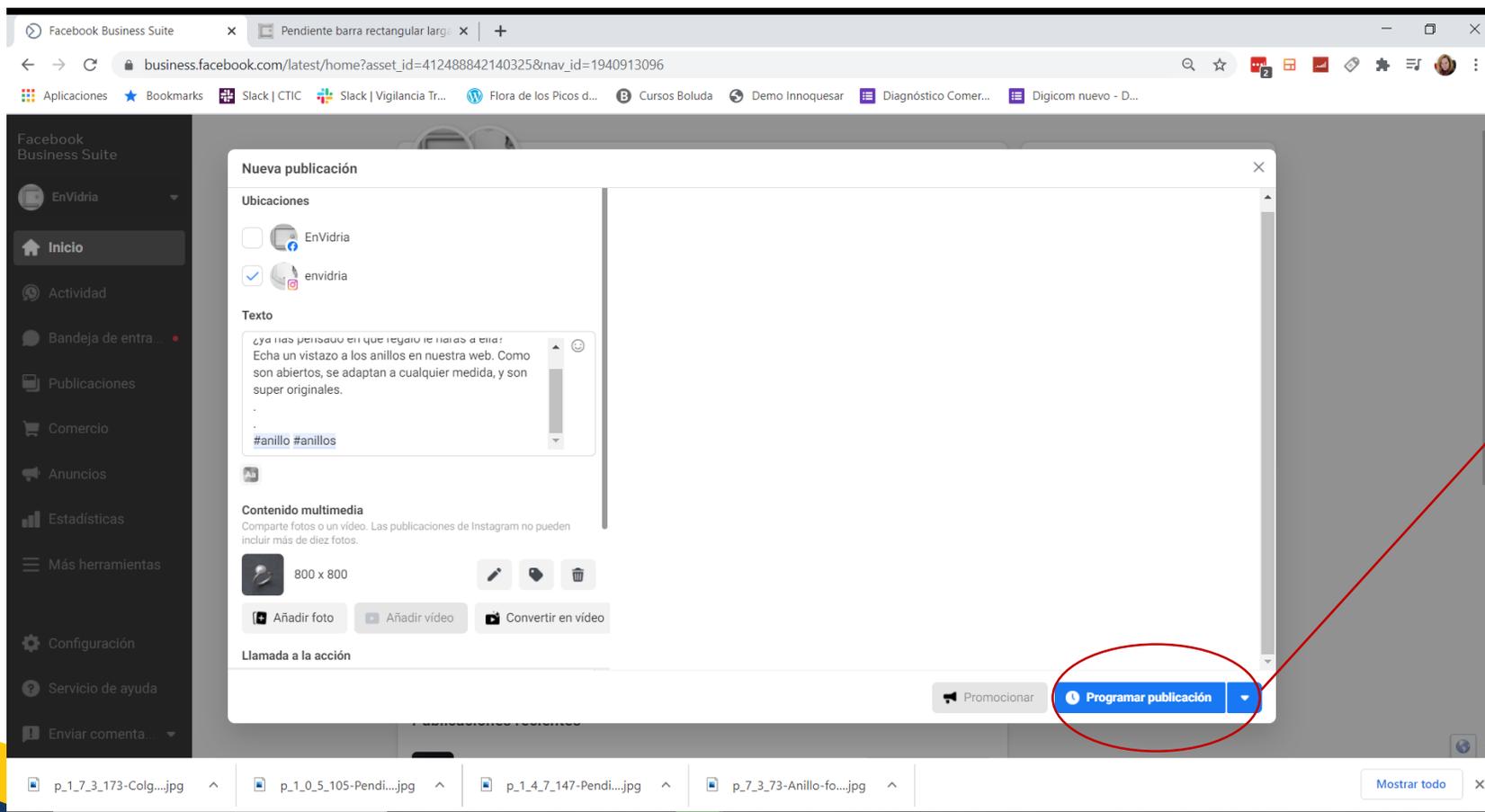
Mostrar todo

Hacer clic en esta parte para que aparezca la opción de programar publicación



The screenshot shows the Facebook Business Suite interface. A 'Nueva publicación' (New post) dialog is open, displaying options for location (Ubicaciones), text (Texto), and multimedia content (Contenido multimedia). A 'Programar publicación' (Schedule post) modal is overlaid on top, prompting the user to 'Selecciona la fecha y hora futuras en las que quieres que se realice la publicación.' (Select the date and time in the future when you want the post to be published). The modal shows a date of '31 de enero de 2021' and a time of '11:34 PM'. There are 'Cancelar' (Cancel) and 'Programar' (Schedule) buttons. The background shows the 'Nueva publicación' dialog with fields for 'Ubicaciones', 'Texto', and 'Contenido multimedia'. The text field contains the message: '¿Ya has pensado en que regalo te harás a ti? Echa un vistazo a los anillos en nuestra web. Como son abiertos, se adaptan a cualquier medida, y son super originales. #anillo #anillos'. The 'Contenido multimedia' section shows a placeholder for an 800 x 800 image and buttons for 'Añadir foto', 'Añadir vídeo', and 'Convertir en vídeo'. The 'Llamada a la acción' (Call to action) section is visible at the bottom of the dialog. The browser's address bar shows 'business.facebook.com/latest/home?asset_id=412488842140325&nav_id=1940913096'. The browser's taskbar shows several open applications including Slack, WordPress, and a course titled 'Cursos Boluda'.

Selecciona día y hora



Facebook Business Suite

Pendiente barra rectangular larg...

business.facebook.com/latest/home?asset_id=412488842140325&nav_id=1940913096

Aplicaciones Bookmarks Slack | CTIC Slack | Vigilancia Tr... Flora de los Picos d... Cursos Boluda Demo Innoquesar Diagnóstico Comer... Digicom nuevo - D...

Facebook Business Suite

EnVidria

Inicio

Actividad

Bandeja de entra...

Publicaciones

Comercio

Anuncios

Estadísticas

Más herramientas

Configuración

Servicio de ayuda

Enviar comenta...

Nueva publicación

Ubicaciones

EnVidria

envidria

Texto

¿ya has pensado en que regalo te harás a ti?:
Echa un vistazo a los anillos en nuestra web. Como son abiertos, se adaptan a cualquier medida, y son super originales.

#anillo #anillos

Contenido multimedia

Comparte fotos o un video. Las publicaciones de Instagram no pueden incluir más de diez fotos.

800 x 800

Añadir foto Añadir video Convertir en video

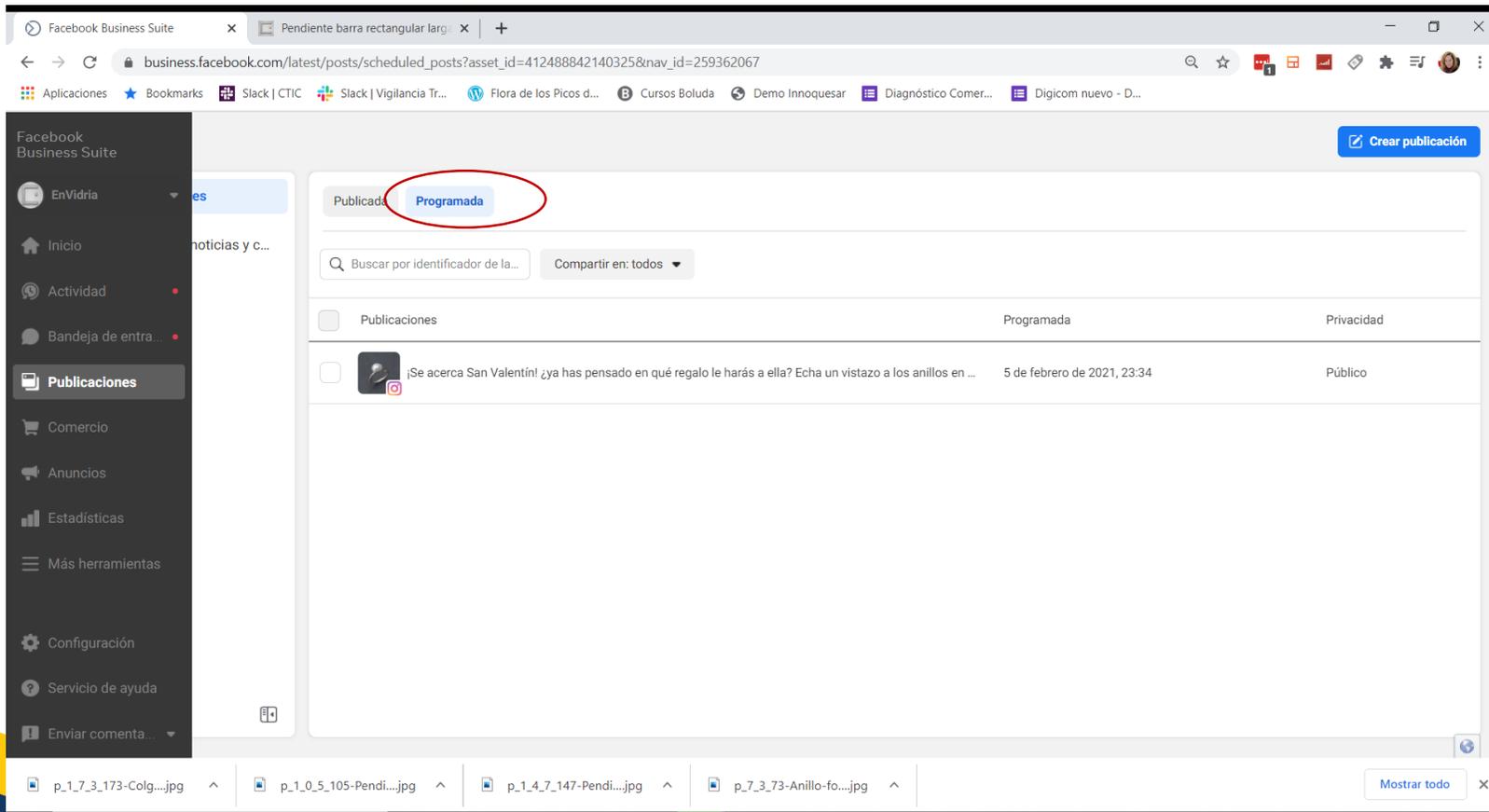
Llamada a la acción

Promocionar Programar publicación

Revisa la publicación y cuando esté todo OK, pulsa sobre el botón azul

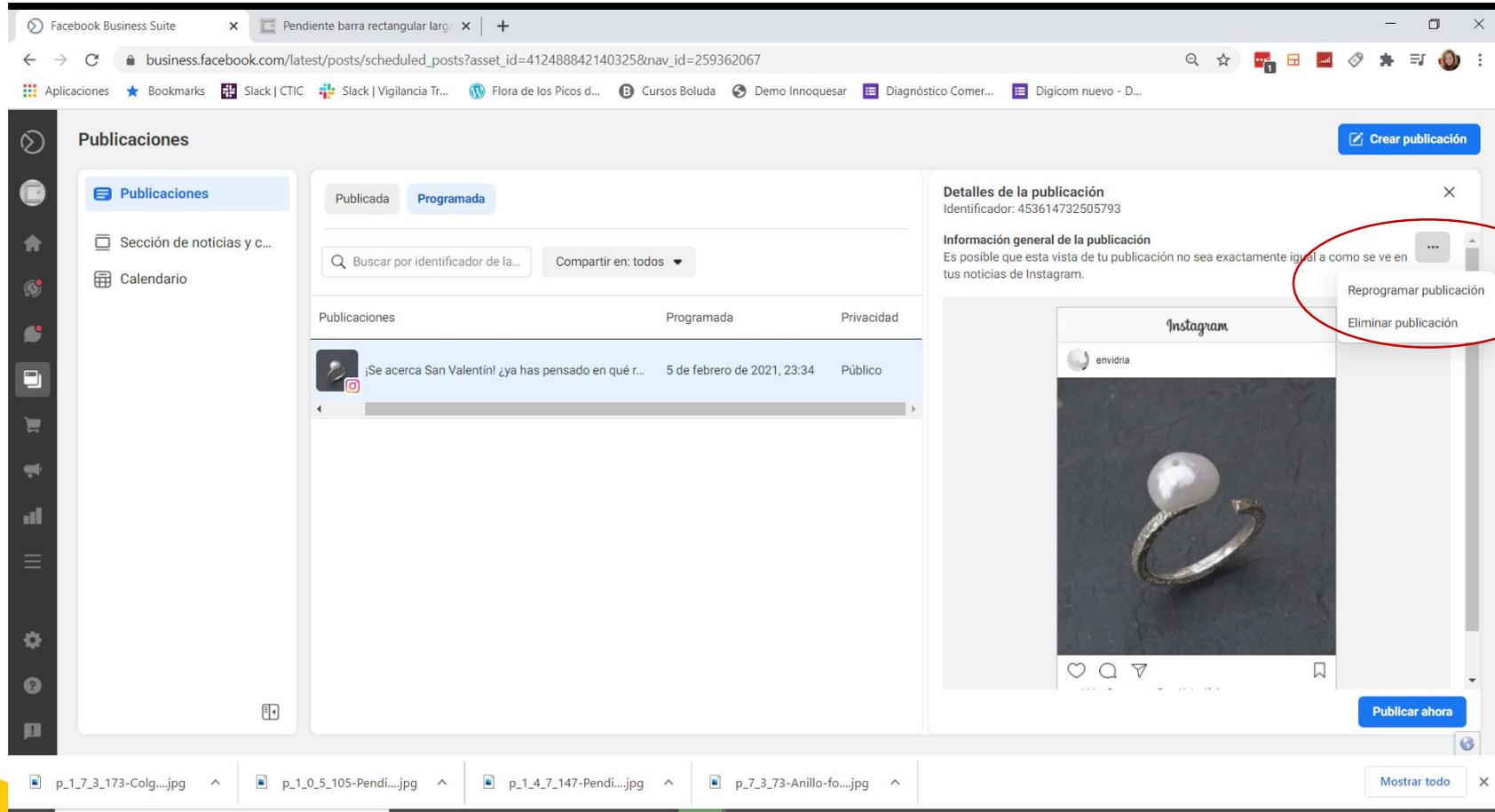


Gestionar publicaciones programadas



Podrás ver, modificar o eliminar las publicaciones programadas, desde la sección “publicaciones” > “programadas”

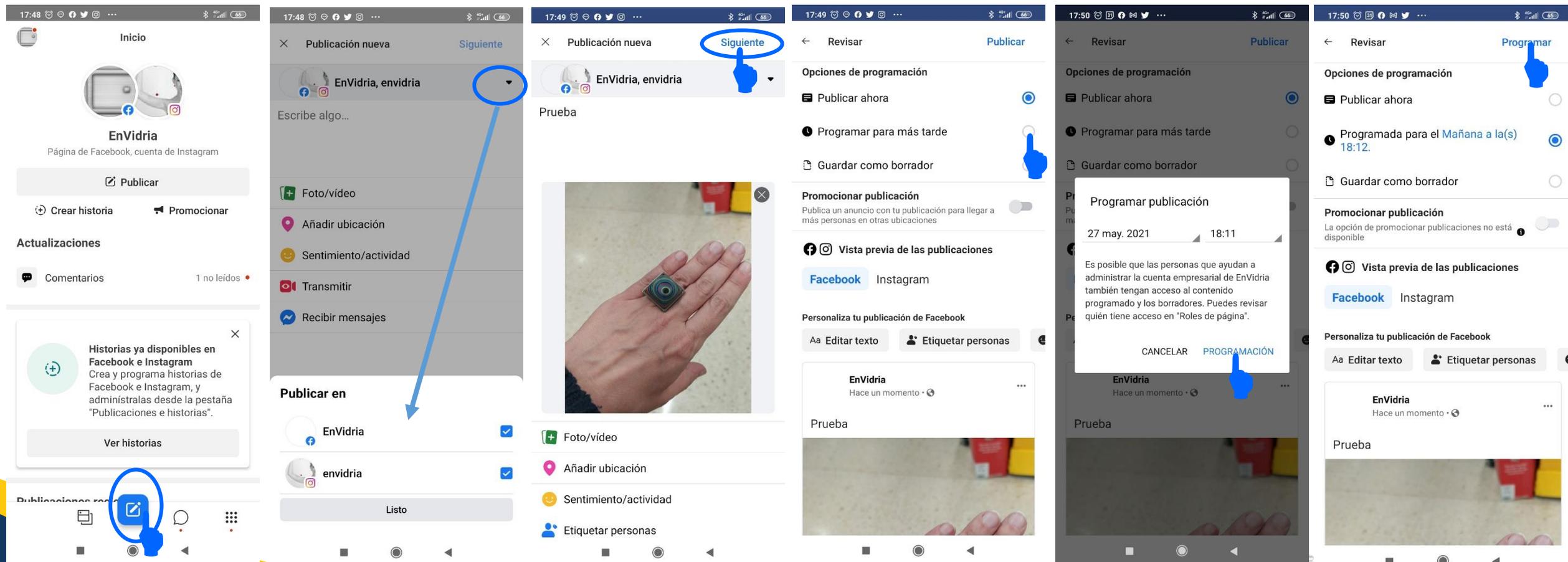
Gestionar publicaciones programadas



The screenshot displays the Facebook Business Suite interface. On the left, a sidebar contains navigation options: 'Publicaciones', 'Sección de noticias y c...', and 'Calendario'. The main area is titled 'Publicaciones' and features a 'Crear publicación' button. Below this, there are tabs for 'Publicada' and 'Programada'. A search bar and a 'Compartir en: todos' dropdown are visible. A table lists scheduled posts, with one post selected: '¡Se acerca San Valentín! ¿ya has pensado en qué r...' dated '5 de febrero de 2021, 23:34' with 'Público' privacy. The right panel shows 'Detalles de la publicación' for ID 453614732505793, including 'Información general de la publicación'. A red circle highlights the three-dot menu icon and the 'Reprogramar publicación' and 'Eliminar publicación' options. The bottom of the interface shows a taskbar with image thumbnails and a 'Mostrar todo' button.

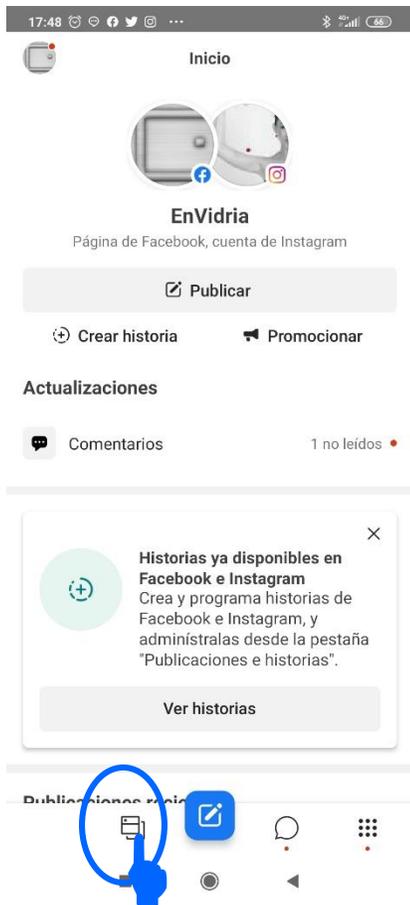
Business suite en el móvil

También existe la app Facebook Business Suite, para gestionar y programar las publicaciones desde el móvil.





Publicaciones programadas





www.ctic.es/proyectos/dica

contacto.dica@ctic.es

[@asturiasdica](https://twitter.com/asturiasdica) [@dica.asturias](https://www.instagram.com/dica.asturias) [@DICA.Asturias](https://www.facebook.com/DICA.Asturias)



DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS

